

CAI  
RT  
-83C57



# COMMUNITY TELEVISION HANDBOOK



for northern  
and underserved  
communities



# COMMUNITY TELEVISION HANDBOOK

for northern  
and underserved  
communities

Patrick Tourigny  
Broadcast Programs Analysis Branch  
CRTC  
July 1983

ANNEE MONDIALE DES  
COMMUNICATIONS  
WORLD COMMUNICATIONS  
YEAR  
AÑO MUNDIAL DE LAS  
COMUNICACIONES



1983





© Minister of Supply and Services Canada 1983


Cat. No. BC 92-29/1983

ISBN 0-662-52499-5

---

## Contents

	Page
Foreword	1
Introduction	2
What is community programming?	5
Who runs the show?	9
Responsibilities of the licensee	9
Responsibilities of the community	11
Non-profit corporations	12
Citizen advisory boards	13
The multiple service channel	14
How to activate your community	15
Volunteers	19
Equipment: costs and operation	21
Videotape equipment	21
Camera equipment	22
Lighting equipment	23
Sound equipment	24
Editing equipment	24
Associated equipment	25
Appendices	
A Equipment packages	28
B CRTC offices	32
C DOC offices	33



Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117091710>

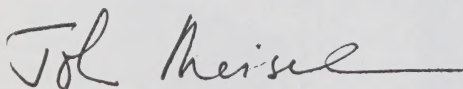
---

## Foreword

In recent years, many groups and individuals have been licensed to provide new broadcasting services in northern and underserved communities. Many of these licensees planned, and the CRTC encouraged them, to provide community programming as well. This handbook was designed to serve as an aid and reference tool both to existing licensees and to community members wishing to implement their own local television endeavours, whether cable or over-the-air. Potential licensees should note that "satellite to cable" represents the new age of program delivery methods, and that cable is preferred over the "over-the-air" low power transmitters due to its ability to accommodate the plethora of new satellite services.

This publication addresses the social benefits to be derived from local programming, and describes the process in terms easily accessible to the newcomer to broadcasting. It also hopes to increase understanding of the many ways in which local television can be a resource for the underserved community.

This handbook gives an overview of past and present experiences in the community television scene, and is not meant to convey Commission policy. Rather, it wishes to further the Commission's stance in consistently supporting all forms of community expression in broadcasting, and in encouraging the community to do so freely and in its own way.

A handwritten signature in dark ink, reading "John Meisel". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal line extending from the end of the name.

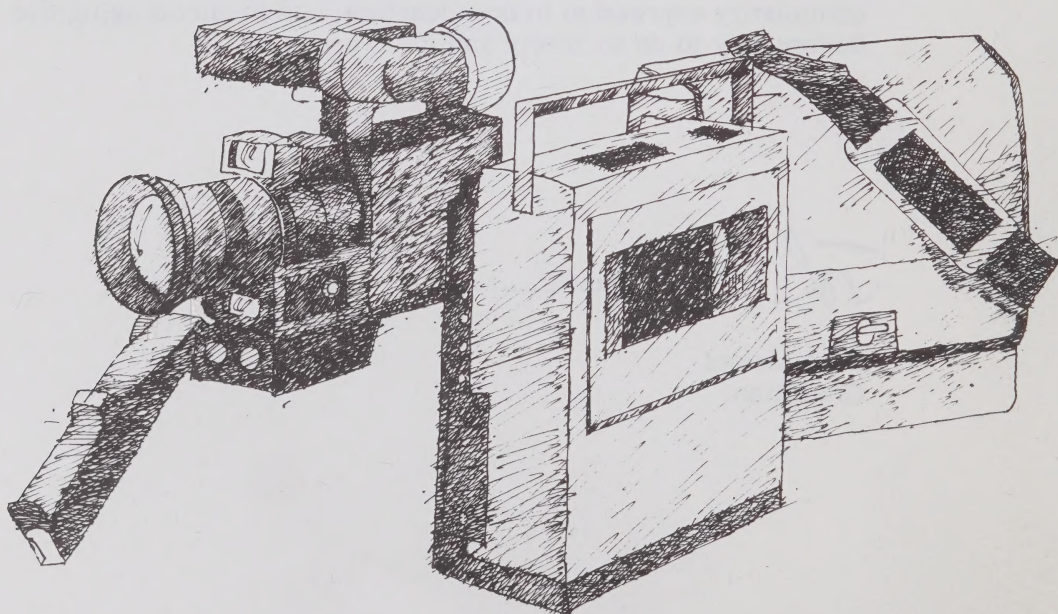
John Meisel  
Chairman



## Introduction

In its brief 30-year history, television broadcasting in Canada has progressed from a system serving primarily major urban areas, to a far-reaching and extensive system capable of serving the most remote settlements in the far north. Satellite technology removes the barriers of mountains, distance and "economies of scale," so that it is economically feasible to receive and distribute several television signals in the smallest of communities.

During the same period that witnessed the evolution of television transmission methods, other technological advances were affecting television production equipment and techniques. The arrival of videotape changed the whole approach to producing programs. New portable cameras allowed the producer to shoot "on location" with ease. The invention of the inexpensive portapak in the late 1960s revolutionized social attitudes toward television: average citizens could shoot and edit their own TV programs, similar to making home movies. Today, home video cassette recorders and small colour cameras allow anyone who can point a camera to be a television producer.





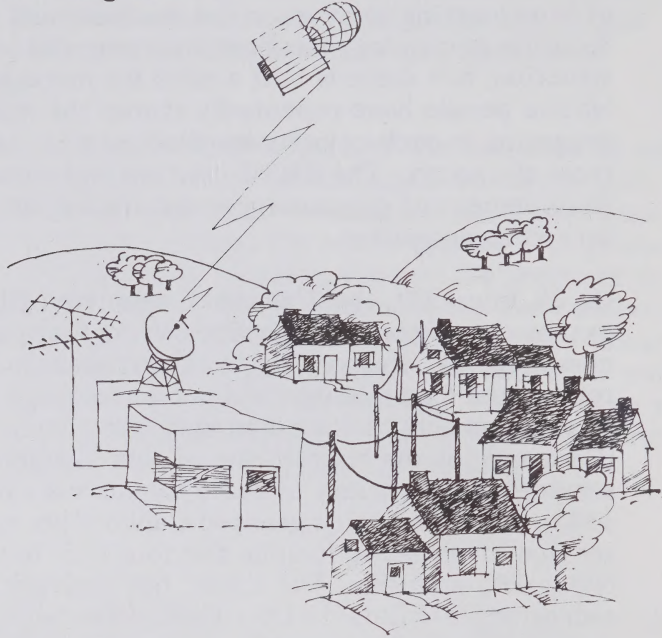
As satellite technology delivers a variety of television signals to more and more communities, it is only natural that these communities should have the opportunity to produce their own local programs. Ideally, a balance should exist between foreign, national, regional, and local television services.

The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) has long been concerned about the scarcity of broadcasting services in the northern and underserved areas. Satellite technology has been instrumental in improving this situation, but there is still a need for more local programming. Native people have repeatedly stated the need for local programs in each community that receives television signals from the south. The CRTC concurs and encourages the further development of community programming in northern and underserved communities.

On 24 July 1980, the Therrien Committee filed its report on the extension of broadcast services to northern and underserved communities. Responding to recommendations contained in that report, the Commission held public hearings that eventually led to the licensing of Canadian Satellite Communications Inc. (Cancom) for the distribution of four Canadian television services and a variety of radio signals via satellite. On 8 March 1983, the Commission granted Cancom permission to expand its service offerings to include the four U.S. network signals: ABC, NBC, CBS and PBS. The CRTC has actively been licensing local exhibitors (affiliates) of the Cancom service. The signals are distributed locally by cable or over-the-air via low-power broadcast transmitters. In either case, local programming can be accommodated easily.

This booklet is designed to provide municipalities, citizens' groups, and potential or existing Cancom licensees, with the basic information required for the implementation of community programming. If cable is the chosen delivery method, provision of a channel reserved for the distribution of community programs is mandatory under the cable television regulations. However, if over-the-air low-power broadcast transmission is the desired method of signal distribution, community programming is not mandatory, but licensees are encouraged to apply for a separate community television licence.

It should be noted that limitations on the number of frequencies available for off-air distribution has resulted in cable becoming the preferred method for signal distribution. Since Cancom has now been authorized to distribute the four U.S. networks in addition to its four Canadian services, many Cancom affiliates have opted for cable. The addition of pay-TV and future specialty services indicates that the number of service offerings will continue to grow.



For precise information on how to apply to establish a local television distribution system, the Department of Communications has prepared a booklet entitled Community Distribution of Satellite Programming, available at the nearest DOC regional office (see Appendix C). Also recommended for reading is CRTC decision 81-252, in which the Commission outlines the rationale, terms and conditions of the Cancom network licence, as well as decision 83-126 and notice 83-86 on the distribution of the American network signals by Cancom. Copies are available at CRTC offices (see Appendix B).



---

## What is community programming?

Most northern or underserved communities experience a sense of isolation from the mainstream of society. Satellite technology has the potential to reduce that isolation by overcoming geographic barriers with a diversity of television services.

Community television is designed to balance and augment these services by providing the opportunity for local groups and individuals to voice their interests and concerns; and to serve as a base that works for the community and its needs, rather than create mass entertainment for entertainment's sake.

At this point it might be useful to reflect on the meaning of "community." A community may be one of "locale," with a geographic boundary containing a certain number of people, homes and businesses. A community may be one of "interest," such as the Ukrainian Community, Golden Age Club, etc. Or it can be a "feeling" or sense of belonging among your neighbours. Most people feel warm and secure within their "community," as though it were an extension of their home. In this way, community television can reinforce this sense of community.

Community programming originated with the early cable operators. These "pioneers" were eager to offer additional services to their subscribers. They experimented by covering church services, parades, amateur sporting events, and so on. The community loved it! They were delighted to see their friends, relatives and neighbours on the television screen.

In 1968, a new Broadcasting Act was passed by Parliament, resulting in the formation of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. The CRTC was given jurisdiction over cable as part of its overall supervision of the broadcasting system. The Commission required cable companies to make some contribution to broadcasting over and above their distribution function, in the form of a community channel. The following statement from the Commission's 1975 Cable Policy sums up the rationale behind the community channel:

The intention is to service communities with a new and important service, one that does not exist in the areas for which cable television systems are licensed and which they



alone have the means and the responsibility to provide. Just as an over-the-air broadcasting licence carries with it direct social commitments, so the community channels must become a primary social commitment of the cable television licensee.

Although community television may have originated with cable, it is not confined to those communities served by a cable system. Many communities employ low-power over-the-air transmitters (LPTV) for signal distribution. Signals received from both the satellite and local programming can be distributed in this fashion.

Community programming has evolved considerably since the early days of cable. Equipment is dependable, compact and inexpensive. However, the backbone of community programming has not changed: citizen participation is still the key ingredient. Without it, the channel could not exist. It is not one person's television station; it is everyone's. This is what clearly distinguishes community television from traditional television.

Actual experience has shown that community programming can encompass all or part of the following ideals:

- the opportunity for citizen participation by means of volunteers, advisory boards, community producers
- the potential for two-way dialogue, whereby anyone can respond to a program, challenge an issue, or offer feedback on any matter of local concern
- an opportunity for any member of the community to suggest ideas for programs or events to be covered
- the exploration and discussion of local issues
- the coverage of local events such as council meetings, church services, parades, all-candidates' meetings, sporting events, rallies
- the sharing of relevant programs with, and from other, communities.

In addition, the approach should :

- be simple, straightforward and uncomplicated
- not be styled after traditional television and therefore not professionally oriented
- not be concerned with capturing a large audience
- be process-oriented. The experience of making the program may sometimes be as important as the program itself.
- be funded by subscriber fees, donations, grants or fund-raising events, and usually be non-commercial\*
- be free for the user. There is no charge for access to the channel and its equipment, nor is there any payment to the participants.

With the fundamental purpose of community television in mind, it is apparent who the users could be:

- any individual who has a message or point of view
- service clubs with clearly defined objectives, such as the Lions' Club, Kiwanis, Optimists
- special interest groups, such as senior citizens, women's rights
- quasi-political groups, such as a tenants' association, farmers' union
- traditional political affairs groups within the local constituency, membership drives, all-candidates' meetings
- local amateur sports groups for coverage of games, profiles of athletes and coaches, membership drives, fund-raising

---

\* Cable licensees are not allowed to engage in commercial sponsorship or the selling of air time on the community channel. Off-air community television stations may be allowed limited commercial activity.

- ethnic and multicultural organizations.
- arts and cultural groups, such as the local theatrical society, choral groups.

The list could go on and on, but generally should represent a cross-section of the local community, its problems, achievements, and people.



Like all mass media, community television has the potential to create a greater awareness among citizens of social conditions existing in the community. Programs exploring the problems of senior citizens, tenants' rights, and alcohol or drug abuse, can create a forum for public dialogue and better understanding.

Keep in mind, however, that the mere making of a television program will not solve the problems of each or any group. It could create new problems. Experience has shown that, in some cases, human resources, volunteers, and their valuable time, could better be spent on other endeavours. Individual circumstances will dictate the relative success or failure of each program. Issue-oriented programs are often the most difficult to produce, because they try to achieve solutions. On the other hand, problems never get solved if they are ignored, or viewed only from one perspective. Many citizens' groups have found it useful to send a videotape outlining their specific concerns on an



issue to the appropriate government agency. For example, a program made by a tenants' association about housing conditions could be forwarded to the provincial or territorial department responsible for housing. This introduces a dual role in program production: first, the program is aired over the community channel for local viewing, and second, is used as an effective tool for social change at a governmental level.

Not all community programming is issue-oriented. Much of it is simple celebration: a parade, a church service, or a cheerleading competition. Community programming can, and should be, a lot of fun, and should provide enjoyment for participants and viewers alike. For those persons interested in seeking further information on the nature of community programming, two publications are suggested: The CRTC Policy Statement on Cable Television, which can be obtained free of charge by writing to Information Services, CRTC, Ottawa K1A 0N2; and The New Communicators, which can be purchased for 6 \$ from the Canadian Cable Television Association, Suite 405, 85 Albert Street, Ottawa K1P 6A4.

---

## Who runs the show?

This section addresses two broad areas of responsibility: that of the licensee, and that of the community. It is this effective sharing of responsibility, and interplay between the licensee and the community being served, that is essential to the development and success of the community channel. Co-operation is paramount.

### Responsibilities of the licensee

The licensee is responsible ultimately for the provision of the channel and modulator, if a cable system, or the transmitter, if a broadcast undertaking, as well as production equipment and program content. The Broadcasting Act sets out these responsibilities and the CRTC is charged with their regulation and enforcement. While the Commission holds the community interest as paramount in the area of local programming, it has been reluctant to issue a licence to an entire community per se; that would be too unwieldy and lacking in organization and continuity. The Commission prefers to licence an entrepreneur or an incorporated body as opposed to a whole community. This

body could be comprised of the officers of a business corporation, as in the case of a traditional commercial broadcaster, or the officers of an incorporated co-op, owned and operated by the community. In either case, incorporation is necessary for licensing. In the far north and in other predominantly native areas, the Indian, Métis and Inuit peoples have formed what are called "Communications Societies." These are incorporated bodies, usually non-profit, and are owned and operated by the citizens being served.

Whether the licence is granted to a communications society, a coop, or a business venture, the licence carries certain responsibilities with it. When faced with more than one application to provide television service to a given community, the Commission often favours the applicant who promises the most in terms of local services, and expects the licensee to adhere to program commitments.

The licensee is advised to ensure that the mix of programming is balanced, and that differing points of view are presented. The Commission is concerned that the channel could become a forum only for select special interest groups and reflect only a narrow or single political, philosophical, or religious point of view.

Additional responsibilities of the licensee include the promotion of the channel through the newspaper, public meetings, speaking engagements, and other means, so that citizens are encouraged to use, and participate in, the local television service. Furthermore, the licensee should act as a catalyst in the community, by seeking out interested individuals and training them in the use of the equipment. This is an extremely important aspect of the licensee's role, and often the least understood. A good catalyst for citizen participation in local programming will present a fair and unbiased reflection of the community; be concerned about social development; and possess considerable human and technical skills.

Finally, the provision of hardware is the responsibility of the licensee, although in small communities service clubs or recreation societies may contribute funds for the provision of a porta-pak, for example. Equipment options and related costs are contained in Appendix A.

## **Responsibilities of the community**

The community is not required to demonstrate the same degree of responsibility as the licensee. It is, however, charged with determining the "image" of the community channel, through the provision of program ideas, interviewers, volunteers, and so forth. The community as a whole is responsible for providing the content and direction of the channel, and should be active in its programming activities. The community must provide the checks and balances necessary to ensure a comprehensive and varied image of itself and its interests. Citizens must exercise their right to have access to their local media to present opposing viewpoints or challenge traditional or non-traditional values. It is fruitless for one group to sit back and claim that another sector is dominating the channel. Everyone should take his or her turn on the soapbox.

Another major function of the community is to provide feedback on the programming aired on the community channel. Did people watch the show? Did they like it? Did they agree or disagree with the views expressed? Feedback is essential for providing the community members with a programming service that is responsive to their needs and wishes. Hence, it reflects a degree of accountability for the nature, quality and pertinence of the programming -- quite a desirable prospect. Providing feedback offers an alternative to traditional commercial television, which is aimed at an anonymous and passive audience. Community television, on the other hand, should be a two-way process, designed to measure the effectiveness of the programs, and to ensure that the community speaks not only to itself, but examines the very issues that create the dynamics within the community.

The interaction between the licensee and the community will play a large part in the overall success or failure of the community channel. Constant and substantive rapport is essential, and is only possible when both parties make the effort. However, it remains the ultimate responsibility of the licensee to ensure that CRTC policies and objectives in these areas are carried out.

With a basic understanding of the individual roles the community and the licensee should play, it is useful to note that many variances on the structure of the community channel are possible. The following two chapters on non-profit corporations and citizen advisory boards describe options that have proven useful in accommodating and often enhancing the roles and responsibilities of the licensee and the community being served.



## Non-profit corporations

The history of non-profit corporations operating in the Canadian broadcasting system is extensive and far ranging. The CRTC will issue a licence to "a corporation incorporated without share capital," for example, societies and co-ops, and as such has licensed local citizens' groups to operate their own broadcasting services. Co-op community radio stations have been licensed in Vancouver, Montréal, and in many small communities in Québec, Saskatchewan, and New Brunswick. A co-op cable company has been in operation in Campbell River, B.C. for the past 15 years. However, for legal reasons, the Commission cannot license municipal or regional governments.

More recently, the Commission has licensed local "communications societies" as Cancom affiliates, in different regions across the country. In small communities and settlements, particularly where a commercial undertaking might not be viable, non-profit corporations provide an alternative. For example, the local recreation society could apply to the CRTC for a licence as a Cancom affiliate.

Since most co-ops and communications societies operate on a non-profit basis and are owned by members of the community, they may qualify for grants from provincial or regional sources, and are allowed to engage in fund-raising activities, subject to provincial approval. (TV bingos can provide needed revenues for the operation of the community channel.)

Another advantage of co-ops and communications societies is that by their nature, every member has a voice in the operation of the community channel. As such, they are likely to be more responsive to local needs and concerns, and this would be reflected in the local programming.

A non-profit situation--whereby the community determines which signals it wants to distribute, owns and operates the satellite dish and distribution equipment, and is community-financed -- is a new and evolving concept, and may be a desirable alternative method of importing television and radio signals into northern and underserved communities.

Since legislation governing co-ops and non-profit corporations is a provincial or territorial matter, and likewise varies from province to province, persons interested in pursuing this concept should contact the appropriate government agency, prior to applying to the CRTC for a licence.

---

## Citizen advisory boards

Many licensees have found that greater citizen participation can occur when they work in close harmony with a citizen advisory board, whose purpose is "to advise and assist in the operation of the community channel without diminishing the licensee's ultimate responsibility for the programming being distributed." Even where a co-op has been issued a licence, the co-op usually selects an advisory board to assist in the selection and subsequent production of program ideas.

However, the main objective of the advisory board is to provide citizens with broader access to the community channel by publicizing its existence and role as much as possible, and by encouraging participation by the maximum number of groups and individuals. The advisory board must be completely impartial and politically neutral, since it is there to serve all citizens, not just a few. The community channel should represent the spectrum of differing ideologies. In fact, in any small community, it is relatively simple to gather together a group of individuals who represent a reasonable cross-section of that community, its groups and organizations.

In its relatively short history, community television has demonstrated that citizen advisory boards are effective in small- to medium-sized towns, but not so effective in large cities. A large metropolitan area, with its hundreds of groups and associations, might have some difficulty in selecting an advisory board truly representative of the multifaceted nature of the community. Small towns and villages have a tremendous advantage over large cities when it comes to community television. The sense of "community" in rural and small-town Canada is legendary.

The relationship between the advisory board and the licensee could be an informal agreement in principle, or it could take the form of an official contract. Both methods have succeeded in some instances and failed in others. What is important is mutual understanding and a strong desire to succeed. Failure often occurs when a licensee is mistrustful of the advisory board, or when the advisory board seeks to impose authority over the licensee.

Certainly the existence of an advisory board would assist the licensee in the day-to-day decisions as to who gets access to the channel, and any disputes that may result. The advisory board also would be useful in finding volunteers to operate cameras and recording equipment, establishing training programs, and setting program schedules.

The advisory board should not be so rigid in its structure as to discourage spontaneity. If a program idea has to pass through three levels of committee meetings, citizens will soon renounce the concept of community television. The idea is to encourage, not discourage. The entire process, from start to finish, must remain simple.

Finally, it must be emphasized that, although an advisory board can perform a very useful function in its role as "advisor," it remains the ultimate responsibility of the licensee to ensure that a balanced and useful service is provided for the community. The licensee, not the advisory board, is answerable to the CRTC for the fulfillment of programming responsibilities. Additional reading on this and related subjects is contained in the CRTC publication, A Resource for the Active Community, available free of charge by writing to Information Services, CRTC, Ottawa K1A 0N2.

---

## The multiple service channel

The concept of a multiple service television channel is relatively new. The idea is to accommodate two or more programming services on one channel, where there is a shortage of available channels or frequencies due to financial or technical constraints.

During those periods when no local programming is being distributed over a community channel, other program sources, such as the House of Commons, educational, or native programs could be integrated with the community programs to provide a comprehensive and varied service, without the additional cost of adding more capacity (in the form of transmitters or modulators) to the overall equipment package.



Although the CRTC has addressed this issue as it relates to traditional cable television licensees, and subsequently determined that it was not in the public interest to share the community channel with other services, it has stated it would allow variances to the policy on a case-by-case basis, particularly in small communities where cost is a prohibitive factor.

In cases where there exists a shortage of frequencies (in an off-air situation) or of channels (in a cabled situation), the Commission may take the communication needs and the financial capabilities of the northern and underserved areas into consideration, particularly where these services would provide a means of overcoming a cultural imbalance within a particular region. For example, the Commission has issued licences for community television stations in New Brunswick, where the cultural needs of the Acadian population could be met by the provision of several complementary services on one channel or frequency.

---

## How to activate your community

Most people in a community would rather watch a parade than participate in it. Similarly, most people generally do not view themselves as active participants in radio or television. Yet just about everyone has an opinion on the proposed new highway, the postal service, or recreational needs. The problem is how to get the passive viewer to come forward with his or her ideas and opinions. There are no easy solutions to this problem, but the following guidelines may help:

The leaders in the community, by virtue of their involvement in service clubs or the churches, are usually the first to show an interest in using the channel to promote the activities of their groups. Once the leaders come forward, others will follow. Therefore, all clubs and associations should be contacted. It should be explained to them that the community channel is their channel, free for the using; they shouldn't get the impression that they are being done any favours, because this could alienate potential users.

Another useful approach is to demystify the medium. Explain the purpose and nature of community programming as outlined in the previous section. Let groups and individuals experiment with the equipment until their confidence is such that they are ready to produce. Attempt to keep the medium simple by letting the community grow into this new venture. As their skills increase, their demands will increase, and sooner or later they will want to produce a "professional looking" product. But when the hockey coach asks for a slow-motion replay, it's time to remind him that this is not the CBC, and the community channel does have its limitations.

Some community groups will want to produce programs weekly, others monthly, and others only once. The needs of the group must be taken into account when considering the frequency of their programs. When a group asks for a weekly program, ask why. People are guided by traditional concepts, and because Front Page Challenge is on weekly, they think they must do the same. Soon, weekly becomes "weakly," and the group exhausts its original ideas and energies. Better to say, "Come back for your next show when you're ready." The problem with committing oneself to too many weekly programs is that it ties up the technical and human resources and precludes spontaneous response to other programming requests, thereby leaving too little flexibility. This is not to say, however, that weekly programs are taboo. A weekly TV bingo program could be an important source of revenue for the Lions Club. A televised weekly church service could add an important spiritual dimension to the lives of housebound individuals unable to participate in person.

Traditional television schedules a program in the same weekly time slot to attract the same viewers. Ratings mean advertising revenue, which they need to survive. Community television is not bound by these criteria. Frequency of programs, scheduling, and repeat airings should be according to community needs. It is quite appropriate, and desirable, to repeat a program at two, three, or more times throughout the week at different times, to accommodate differing viewing habits, shiftworkers, and to compete against prime-time commercial fare. The community should have a voice in determining program schedules, as should the groups responsible for producing the program. Effective scheduling can play an important role in activating the community.



At this point, a brief mention of program formats is necessary. Phone-in shows are excellent in creating community involvement and feedback. Choose a topic of current concern (mill-rates); arrange for an appropriate guest (reeve, mayor, treasurer); ensure that the host or hostess has done some preliminary research; and publicize the program to ensure that citizens know when the program is to be aired and what the topic is to be. Another valuable format is the magazine-type, consisting of four or five short segments. Current affairs program, crafts, sports items, local interviews and local talent all can be included in one program of this format. Often, a citizens' group gets its first exposure in this way, and then advances to its own regular series. More often, however, the subject matter doesn't require a 30-minute time slot, and is more suited to an eight- to 10-minute segment as part of a magazine show.

To reiterate, here are some tips on activating the community:

- The first step is to promote the community channel's existence. This can be done by placing posters or announcements at the shopping centre or community centre.
- Undertake public speaking engagements. Address the Women's Institute or other service clubs and explain to them the concept of community television and how they could benefit from it.



- Make a program promoting use of the channel and play it back on the community channel several times. This tape could also be used as part of a presentation to service clubs.
- Offer to teach a TV production and equipment handling course at the local high school or community college.
- Be sure that everyone understands that interested persons will be trained to operate cameras, microphones, etc.
- Encourage experimentation and innovation, especially as participation increases.
- Encourage informal, "grass roots" exchange of ideas.
- Encourage "feedback", whereby people respond to what they see on the channel. Solicit comments, views, alternate opinions, and additional program ideas. The community members should set the direction for their channel.
- Get the support of the local municipal government. The community channel should be considered an important part of the process of citizen participation at the municipal level.
- Cover events. The community channel's activities are most visible when the camera is taping a town council meeting, picnic, baseball game, etc.
- Organize, as the very first program, a phone-in show, designed to explain what community television is all about, and inviting feedback from citizens so they can help define what the local channel should be and do.
- Contact the schools. Young people love to play with video equipment. Producing a program could be part of a class project. If the school has its own video equipment and uses it to prepare drama or sports, offer air-time on the channel.
- Contact the people at the local newspaper. Their support can be extremely useful in publishing the playback schedule, for writing feature articles, and soliciting "feedback." Nothing is more satisfying than a complimentary editorial or letter to the editor. Take the editor to lunch!
- Remember that people are suspicious of something offered "free." Be careful how the service is promoted. It's their channel, and they pay for it, one way or another.

As a final note, it is important to remember that as catalysts and social animators, we are dealing in very human terms. Some people are sensitive and have fragile egos; others are brash and aggressive. Whatever steps are taken toward activating the community, keep in mind that considerable talent and patience is needed to draw out the various personalities who will ultimately form the image of the channel. It is the people involved who will make it a success.

---

## Volunteers

What do the Red Cross, the Cancer Society, Minor Hockey and the community channel all have in common? Volunteers. Without them, these groups could never achieve their worthy goals. People volunteer their time for worthy causes, for any number of reasons. To attract volunteers, citizens must be convinced that community programming is in the interest of the community, just like minor hockey and senior citizens' dances. (In fact, community programming has often been associated with recreation.)

Because of the technical nature of television production, students in technical courses at the local school or college are often eager to operate equipment. This is a blessing, because they can often perform minor repairs as well, like soldering connectors and changing fuses. It shouldn't be difficult to get a core of five or six dependable students as technical volunteers. This isn't to say that fishermen, accountants, homemakers, or senior citizens can't operate a camera. Across the country, thousands of non-technical people have learned television production through the community channels. However, students are often the initial supporters, both because of their desire to acquire useful skills and their youthful exuberance.

In addition to camera, sound, and video tape recording, there are plenty of non-technical functions that have to be performed, such as play-by-play commentary during sports coverage, and conducting interviews. A graphic artist may be useful for making program titles and notices. Everyone involved in community programming is a volunteer, whether that person originated the idea for the program, or played back the tape Tuesday evening.

If a volunteer gets bored with running a camera, let that person expand his or her skills into producing, providing commentary, directing, or editing tape. If a group or association is producing



programs on a regular basis, sufficient volunteers may be found from within that group. Certain individuals may want to rotate jobs, others may not. The more skills a volunteer develops, the more valuable that person becomes. If the audio person gets sick, and no one else knows how to balance the microphone levels, production may grind to a halt. It is therefore vital that a diversification of skills be encouraged for most volunteers.

It is important to remember that volunteers need recognition of their efforts. A "thank you" is always appreciated, but of more value is a visual or verbal credit at the end of the show. If you don't have the facilities (a character generator or second camera) to provide a visual credit, then the announcer or program host can mention the names of the volunteers: "We're grateful to George and Gracie for running the cameras," etc. Don't leave anyone out. This costs nothing and provides a tangible reward for the production crew. Another common method of showing appreciation for the efforts of volunteers is to throw a bash at Christmas, or to organize a summer picnic. A little public relations goes a long way, is tax deductible, and provides dividends for years to come.

Through volunteerism, community programming can create civic-minded and informed individuals, who in turn become better prepared to deal with local issues. Get as many people involved as possible, and the community will reap the rewards.

**Volunteers: treat them well.**



---

## **Equipment: costs and operation\***

Generally, the amount of money allocated for programming will depend on the size of the community being served. A licensee serving thousands of subscribers has a significant cash flow from which to operate, whereas a community with a hundred or fewer homes by necessity will operate on a smaller scale. The important thing to remember is to start with good quality basic equipment, and each year as finances permit, add a second camera or VTR, more microphones and lights. Neither Rome nor the CBC was built in a day. Recently, applicants from remote parts of the Maritimes were granted licences partially because they had allocated five per cent of gross revenue toward community programming. This would appear to be a realistic guideline.

Studios are expensive. An alternative might be to make arrangements to use the community hall or high school gymnasium. Try to arrange to have the head-end or transmitter location nearby, to allow a "plug-in" and go "live." The capability of "live" programming is important, and some of the best programs are phone-in shows, which by definition have to be live.

Today's portable equipment is dependable, lightweight and easy to operate. It is also relatively inexpensive.

### **Videotape equipment**

Videotape machines come in two-inch, one-inch, three-quarter-inch and half-inch formats, and prices range from over 100 000 \$ for the professional model to under 700 \$ for the home consumer product. For the purpose of this handbook, only half-inch VTR's (also called VCR's) are considered. The three-quarter-inch format also can be used, but is considerably more expensive.

---

\* All prices mentioned in this handbook are approximate and apply only to equipment available at the time of writing.

In the half-inch format, two types are available: VHS and Betamax. These two formats are not interchangeable; that is, a tape recorded on VHS will not play back on a Betamax machine. Neither one is the superior machine, so it is a matter of personal preference. These half-inch formats are usually associated with home consumer products, the so-called home video VCR.

Although prices start at around 700 \$, it is strongly recommended that the more expensive "industrial" models be considered. These models cost in the neighborhood of 1 300 \$ to 1 500 \$, and are designed for heavy use and handling, whereas the consumer model is not designed to be hauled around in the back of a van. Don't be sold on a model that includes a built-in tuner and timer. These expensive features allow the consumer to record programs off-air while away from home, and are not relevant to the task at hand.

A portable VTR is often used for shooting on location, and can be powered either by battery or AC power. Often referred to as a porta-pak, or rover, these recorders are provided with a shoulder strap for easy mobility. The same VTRs can be used back at the office or control room for playback on the community channel. The standard VTR, often called a tape deck, can be used to record in the studio or other indoor location, and can record outdoor events if AC power is available. The standard VTR normally is used for playback over the system. Finally, there is the playback-only deck, which cannot record programs and is used only for playback purposes. These are not recommended due to their limited capability.

### **Camera equipment**

Colour cameras are a marvel of modern technology. Twenty years ago they were cumbersome, unreliable, and cost in the neighborhood of 80 000 \$. Today's cameras start around 1 000 \$, including a built-in zoom lens and microphone. In the case of cameras, the so-called consumer or "home video" models will do just fine. Remember, however, that all cameras are fragile and should be transported at all times in a protective case or box. Dust, dirt, and careless handling pose a major threat to a camera's lifespan and performance. The camera contains an electronic pick-up tube (as opposed to film) to produce a picture. The tube is extremely sensitive, and must not be aimed at bright lights or the sun, or else it will be destroyed--literally "burnt-out." Tubes are expensive and must be replaced by a qualified technician. Great care must be exercised in the handling and transporting of all equipment, but especially in the case of cameras.

To change shots during a program, a second camera, two picture monitors, and a video switcher are needed. Manufacturers can recommend an inexpensive package, all designed to work together as one compatible system.



### Lighting equipment

When shooting indoors, additional lighting is required. Flood lights work well, but often "tint" the picture because they are of the wrong colour temperature. Specify 3200° Kelvin colour temperature when ordering lights. Or purchase a "lighting kit" which has three or four lights, adjustable stands and power cords all packed neatly in a strong carrying case. They're not inexpensive at between 1 000 \$ and 1 500 \$. However, if finances permit, a lighting kit is strongly recommended, as are a dozen spare bulbs. The bulbs (lamps) come in 500, 650 and 1 000 watt varieties, and prices are extremely competitive, so it will pay to shop around. For most purposes, the 650 watt bulb will suffice. One final note on lights: they get very hot. Many a novice has discovered the dubious distinction of having eliminated his or her fingerprints.



The more sophisticated cameras have a built-in filter wheel, and, depending on which filter is used, adapts the camera to various lighting conditions. Indoor, outdoor, fluorescent and incandescent light sources have different colour temperatures, and the various filters quickly adapt the camera for optimum picture quality under these varying conditions.

### **Sound equipment**

Another requirement is a microphone mixer and several mics. Although most cameras come with a built-in microphone, this is only useful for ambient sound, and does a fine job of recording overhead airplanes. For an interview, especially outdoors, the microphone should be eight to 10 inches away from the subject (just as one sees on traditional TV). A good mixer can be found for 300 \$ to 400 \$ and would be capable of handling four microphones and one "line input," from a PA system, amplifier or tape deck. Some models have a built-in tone generator for setting recording levels, and a VU (volume unit) meter to avoid overmodulation.

Additional sound equipment often can be borrowed from the local highschool or rock band when unusual or demanding circumstances arise.

### **Editing equipment**

Sooner or later, someone will want to "edit" tape. This involves re-arranging sequences and eliminating extraneous footage or dialogue. A second VTR is required, and is best if it is designed for editing. This is called an editing machine, and is more expensive due to the added circuitry needed to perform "clean" edits. In a sloppy edit, the picture "rolls" or "goes to snow." You can edit with a non-editing machine, simply by going in and out of the "pause" mode at the appropriate time, but the edits are usually distracting and unacceptable.

An editing VTR costs about 5 000 \$. A package consisting of two editors and a controller comes to about 12 000 \$. The controller allows one to shuttle the tapes back and forth in searching for edit points. This controller is very much a time-saving device, but works only in conjunction with the expensive editing machines.

## Associated equipment

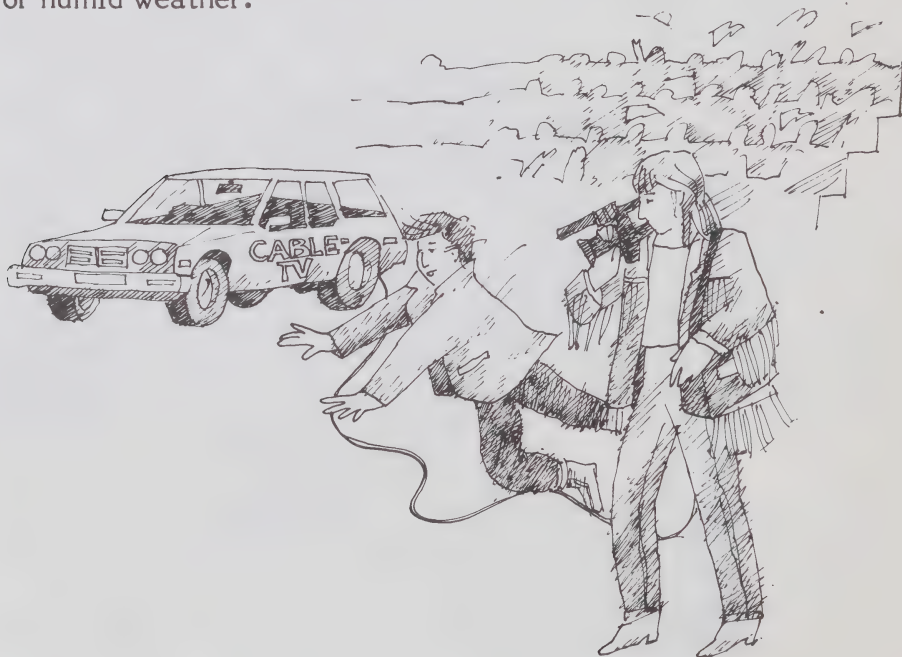
Hand-held camera techniques are nice at picnics and music festivals, but for steady shots at a football game or during an interview, a tripod is necessary. A tripod can be purchased for between 300 \$ and 500 \$. An alternative would be to get the woodworking and sheet metal classes at the local highschool to devise and build a homemade version, preferably with wheels, at an operating height that is comfortable for most people. It must be lightweight and portable.

Batteries are required for shooting on location. The ones supplied with the camera and VTR usually last only twenty or sixty minutes. For covering a baseball game--and most baseball diamonds don't have electricity--there is an easy solution. Instead of buying a lot of sixty minutes batteries (which are expensive), one can operate from a 12-volt car battery all day. Needless to say, a battery charger is essential. An adaptor that plugs into the cigarette lighter of a car or truck also can be used to power the camera and recording equipment.



At some stage, it may become desirable to have a portable colour monitor to check your recordings while on location. These are of excellent quality, lightweight and expensive, and will run from around 500 \$ to 600 \$. One can also use an old colour TV receiver with an RF adaptor, if there are enough strong arms. Either way, it is advisable to check the recording while on location, to allow re-recording if necessary. A "test" recording prior to the intended recording is standard procedure. Some porta-paks permit viewing the VTR playback in the camera viewfinder, but this will not confirm the colour quality, since the viewfinder is a miniature black and white television screen.

Care must be exercised when operating equipment outdoors. All equipment should be protected from rain or snow, and videotapes should be protected from direct sun. Strong winds can knock over a tripod-mounted camera. Cables should be arranged to allow the least possibility of someone tripping, and children should be kept clear of all electrical equipment and power cables. Cold temperatures cause moisture to form on the tape path components of VTR machines, and will cause the tape to bind. Never store a VTR in the trunk of a car overnight in cold or humid weather.



At this point it might be appropriate to mention Murphy's Law. Murphy reigns supreme when shooting on location:

- the lights trip a circuit breaker, and the power room is locked



- someone forgot the tapes
- someone forgot the extension cord
- someone cut the end off the extension cord
- the last light bulb blew
- the audio signal coming to the mixer from the PA system is distorted, incompatible, or not there
- the host comes down with stomach flu
- the indicator light inside the camera stays on, won't light up, or flashes menacingly
- the top camera-person lined up a date, and the entire production gets stood up.

The list goes on and on. It's a "learn as you go" process. Unfortunately, but understandably, with every major error, a bit of credibility is lost. On the other hand, sometimes these errors can make everything a bit more human.

It is not the purpose of this handbook to provide all the production techniques available. Extremely good texts have been written on the subject, and the following publication is highly recommended: The Video Users Handbook (Revised Edition) by Peter Utz, Prentice-Hall Canada Inc., 1870 Birchmount Road, Scarborough, Ontario M1P 2J7.

## Appendix A

### Equipment packages

On the following pages are three typical equipment packages, starting with the least expensive. All electronic and electrical equipment must be CSA approved to ensure maximum safety for staff and volunteers. In the classified section of several trade publications, used equipment is advertised for sale. Many good bargains can be found, as broadcasters, cable operators, and school boards dispose of older cameras and VTRs for newer models. However, discretion is advised in selecting used equipment, since the warranty is no longer in effect, and parts may be difficult to obtain.

The following equipment packages are for illustrative purposes only, and are not meant to be adopted in a hard and fast manner. They are designed to allow a modest initial investment in equipment to progress toward a more comprehensive collection, without the initial items becoming superfluous or redundant. Local conditions and the size of the community will determine the quality and quantity of production equipment.

#### Basic

Portable VTR	1 600 \$
Batteries and charging unit	200
AC adaptor	200
Colour camera	1 000
Tripod	300
Sound mixer (4 inputs)	300
Microphones (2 X 100 \$)	200
Microphone extension cords (2 X 25 \$)	50
Microphone stands (2 X 50 \$)	100
Audio cassette recorder	75
Colour television receiver	400
Videotapes (10 X 20 \$)	200
Headphones	75
Lights	300
Miscellaneous	300
	<hr/> 5 300 \$

This is a basic collection of production tools that allows a rudimentary approach to local television. A single camera and VTR allows continuous recordings of events or interviews indoors or outdoors. A sound mixer allows a balanced audio signal originating from several microphones. The portable VTR is used for playbacks over the system. The inclusion of an audio cassette machine allows music to be included in the recording, or between tapes during playback.

Note: All of the above items are not necessary to begin programming. A camera, one microphone and sound mixer will permit live productions. The VTR and other equipment listed can be added as finances permit.

### Intermediate

Colour camera (2 X 3 000 \$)	6 000 \$
Tripod (2 X 300 \$)	600
Video switcher	3 100
Colour television receiver	400
Colour video monitor (portable)	600
Black and white video monitor (2 X 400 \$)	800
Camera cable, 8 meter extension (2 X 400 \$)	800
Sound mixer (4 inputs)	400
Microphones (4 X 100 \$)	400
Microphone stands (4 X 50 \$)	200
Microphone extension cables (4 X 25 \$)	100
Portable VTR	1 600
Batteries and charging unit	200
AC adaptor	200
Industrial grade VTR	1 300
Editing VTR	5 000
Lighting kit	1 500
Audio cassette deck	250
Equipment rack	250
Videotapes (20 X 20 \$)	400
Character generator (alpha-numeric announcements, credits)	3 000
Headphones	75
Sound amplifier and speaker	500
Miscellaneous	300
	<hr/> 27 975 \$



This equipment package includes two better quality fully compatible colour cameras and a video switcher, which allows for more sophisticated production techniques. For example, when covering a sporting event, one camera can capture close-ups while the other camera remains on a wide shot. Extra camera cable allows mobility and a greater choice of "angles." The two black and white video monitors allow the director to view the output from each camera as he or she switches shots from one to the other. The switcher allows the director to cut, dissolve or wipe between shots. A better sound mixer, more microphones and an amplifier and speaker will allow better sound recording and reproduction.

A second VTR is included for recording at the office or studio, or for tape playbacks. Both VTRs can be used in tandem when recording or playing back so, as one tape runs out, the next one picks up the action, allowing for continuity and a smooth presentation.

For editing purposes, program material is played back on the industrial VTR and re-recorded in chosen sequence on the editing VTR. In this way, footage shot over a period of days or weeks, and from a variety of locations, can be packaged into a concise presentation.

A character generator is included to allow for program titles and credits to be inserted in programs. It also allows for community announcements to be displayed over the channel between community programs.

**Top-line**

Colour camera c/w gen-lock, rear zoom and focus controls, 10 cm viewfinder, intercomm., camera control unit (2 X 6 200 \$)	12 400 \$
Video switcher/synchronizer generator	5 500
Heavy duty tripod (2 X 500 \$)	1 000
Camera cable, 8 meter extension (2 X 400 \$)	800
Character generator	3 000
Package of 3 black and white video monitors	1 100
Colour video monitor (portable)	600
Colour television receiver	600
Editing package (2 VTR edit and controller)	12 000
Portable VTR	1 600
Batteries and charging unit	200
AC adaptor	200
Sound mixer (8 inputs)	800
Sound amplifier and speaker	500
Microphones (8 X 100 \$)	800
Microphone extension cables (8 X 25 \$)	200
Microphone stands (8 X 50 \$)	400
Turntable, stylus and transformer	400
Audio cassette deck	300
Lighting kit	1 500
Equipment rack	250
Videotapes (20 X 20 \$)	400
Miscellaneous	500
	<hr/> 45 050 \$

The heart of this package is the inclusion of two sophisticated and highly flexible cameras. Whereas previous cameras mentioned included a small eyepiece for viewing, and rudimentary zoom and focus controls, these cameras come equipped with all available options, including an intercom system that allows the director and camera operators to communicate verbally during a production.

Stronger tripods are included due to the increased weight of the cameras. With more and better sound equipment, the addition of a turntable, and the VTR editing capabilities, this equipment package allows for a professional and thorough approach to community programming.

**Appendix B CRTC offices**Head office

## Mailing address

CRTC  
Ottawa, Ontario  
K1A 0N2

## Location

Terrasses de la Chaudière  
Édifce Central  
Promenade du Portage  
Hull, Québec

General information (819) 997-0313

Regional offices

Room 428  
Barrington Tower  
Halifax, N.S.  
R3J 2A8

275 Portage Avenue  
Winnipeg, Manitoba  
R3B 2B3

(902) 426-7997

(204) 949-6297

1410 Stanley Street  
Montréal, Québec  
H3A 1P8

Suite 1130, 701 West Georgia  
P.O. Box 10105  
Vancouver, B.C.  
V7Y 1C6

(514) 283-6606

(604) 666-2111



## Appendix C

### Department of Communications offices

#### Atlantic Region

##### Regional office

Terminal Plaza Building  
7<sup>th</sup> Floor  
P.O. Box 5090  
1222 Main Street  
Moncton, N.B.  
E1C 8R2

##### District offices

Sir Gilbert Building  
Room 612  
P.O. Box 5277  
Buckworth Street  
St. John's, Nfld.  
A1C 5W1

Customs House  
Room 337  
P.O. Box 7285, Station A  
189 Prince William Street  
Saint John, N.B.  
E2L 4S6

Dominion Building  
3<sup>rd</sup> Floor  
97 Queen Street  
Charlottetown, P.E.I.  
C1A 4A9

Gulf Building  
9<sup>th</sup> Floor  
6009 Quinpool Road  
Halifax, N.S.  
B3K 5J7

#### Québec region

##### Regional office

Hôtel Rasco  
295, rue St-Paul est  
Montréal, Québec  
H2Y 1H1

##### District offices

942, rue Chabanel  
2<sup>e</sup> étage  
Chicoutimi, Québec  
G7H 5W2

32, avenue Frédéric Hébert  
Noranda, Québec  
J9X 1V2

1650, rue King ouest  
Suite 401  
Sherbrooke, Québec  
J1J 2C3

701, boul. Laure  
2<sup>e</sup> étage  
Sept-Iles, Québec  
G4R 1X8

2 Place Québec  
Suite 436  
Québec, Québec  
G1R 2B5

140, rue St-Germain ouest  
Rimouski, Québec  
G5L 4B5

2085, avenue Union  
19<sup>e</sup> étage  
Montréal, Québec  
H3A 2C3

Bureau de poste  
C.P. 67  
Trois-Rivières, Québec  
G9A 5E3

### **Ontario Region**

#### Regional office

55 St. Clair Avenue East  
9<sup>th</sup> Floor  
Toronto, Ontario  
M4T 1M2

#### District offices

135 James Street South  
Room 210  
Hamilton, Ontario  
L8P 2Z6

Federal Building  
Room 273  
Clarence Street  
P.O. Box 633  
Kingston, Ontario  
K7L 4X4

30 Duke Street West  
5<sup>th</sup> Floor  
Kitchener, Ontario  
N2H 3W5

451 Talbot Street  
Room 1112  
London, Ontario  
N6A 5C9

Trebla Building  
473 Albert Street  
Ottawa, Ontario  
K1R 5B4

Station Tower  
2<sup>nd</sup> Floor  
421 Bay Street  
P.O. Box 727  
Sault Ste. Marie, Ontario  
P6A 5N3

55 St. Clair Avenue East  
9<sup>th</sup> Floor  
Toronto, Ontario  
M4T 1M2

880 Ouellette Street  
Windsor, Ontario  
N9Z 1C7

### **Pacific region**

#### Regional office

325 Granville Street  
Room 300  
Vancouver, B.C.  
V6C 1S5

#### District offices

125 10<sup>th</sup> Avenue South  
Cranbrook, B.C.  
V1C 2N1

Federal Building  
471 Queensway  
Room 304  
Kelowna, B.C.  
V1Y 6S5

3884 192nd Street  
P.O. Box 3396  
Langley, B.C.  
V3A 4R7

707 - 299 Victoria Street  
Prince George, B.C.  
V2L 5B8

309 2nd Avenue West  
Room 584  
Prince Rupert, B.C.  
V8J 3T1

325 Granville Street  
Room 300  
Vancouver, B.C.  
V6C 1S5

816 Government Street  
Room 224  
Victoria, B.C.  
V8W 1W9

Polaris Building  
201 - 4133 4th Avenue  
Whitehorse, Y.T.  
Y1A 1H8

## Central Region

### Regional office

386 Broadway Avenue  
Room 200  
Winnipeg, Manitoba  
R3C 3Y9

### District offices

Government of Canada Building  
820 - 220 4th Avenue S.E.  
P.O. Box 2905, Station M  
Calgary, Alberta  
T2P 2M7

Liberty Building  
10506 Jasper Avenue  
10th Floor  
Edmonton, Alberta  
T5J 2W9

202 - 11117 100th Street  
Grande Prairie, Alberta  
T8V 2N2

386 Broadway Avenue  
Room 200  
Winnipeg, Manitoba  
R3C 3Y9

Financial Building  
Room 101  
2101 Scarth Street  
Regina, Saskatchewan  
S4P 2H9

206 Circle Drive East  
Saskatoon, Saskatchewan  
S7K 0T5

P.O. Box 2700  
Yellowknife, N.W.T.  
X1A 2R1











Bureaux de district	3884, 192nd Street
Edifice du gouvernement du Canada	C.P. 3396
220, 4th Avenue S.-E.	Langley (C.-B.)
Pièce 820	V3A 4R7
C.P. 2905, succursale M	299, Victoria Street
Calgary (Alberta)	Pièce 707
T2P 2M7	Prince George (C.-B.)
Edifice Liberty	V2L 5B8
10506, Jasper Avenue	309, 2nd Avenue West
10 <sup>e</sup> étage	Pièce 584
Edmonton (Alberta)	Prince Rupert (C.-B.)
T5J 2W9	V8J 3T1
11117, 100th Street	325, Granville Street
Pièce 202	Pièce 300
Grande Prairie (Alberta)	Vancouver (C.-B.)
T8V 2N2	V6C 1S5
386, Broadway Avenue	816, Government Street
Pièce 200	Pièce 224
Winnipeg (Manitoba)	Victoria (C.-B.)
R3C 3Y9	V8W 1W9
Edifice Financial	Edifice Polaris
2101, Scarth Street	4133, 4th Avenue
Pièce 101	Pièce 201
Regina (Saskatchewan)	Whitehorse (Yukon)
S4P 2H9	Y1A 1H8
206, Circle Drive East	
Saskatoon (Saskatchewan)	
S7K 0T5	
C.P. 2700	
Yellowknife (T.-N.-O.)	
X1A 2R1	
	386, Broadway Avenue
	Pièce 200
	Winnipeg (Manitoba)
	R3C 3Y9
	Bureau régional
	386, Broadway Avenue
	Pièce 200
	Winnipeg (Manitoba)
	R3C 3Y9

### Région centrale

140, rue St-Germain ouest  
 Rimouski (Québec)  
 G5L 4B5  
 2085, avenue Union  
 19<sup>e</sup> étage  
 Montréal (Québec)  
 H3A 2C3  
 Bureau de poste  
 C.P. 67  
 Trois-Rivières (Québec)  
 G9A 5E3

**Région de l'Ontario**

Bureau régional  
 55, St. Clair Avenue East  
 9<sup>e</sup> étage  
 Toronto (Ontario)  
 M4T 1M2

Bureaux de district  
 135, James Street South  
 Pièce 210  
 Hamilton (Ontario)  
 L8P 2Z6  
 Edifice fédéral  
 Clarence Street  
 Pièce 273  
 C.P. 633  
 Kingston (Ontario)  
 K7L 4X4  
 30, Duke Street West  
 5<sup>e</sup> étage  
 Kitchener (Ontario)  
 N2H 3W5

451, Talbot Street  
 Pièce 1112  
 London (Ontario)  
 N6A 5C9  
 Edifice Trebla  
 473, rue Albert  
 Ottawa (Ontario)  
 K1R 5B4  
 55, St. Clair Avenue East  
 9<sup>e</sup> étage  
 Toronto (Ontario)  
 M4T 1M2

Station Tower  
 421, Bay Street  
 2<sup>e</sup> étage  
 C.P. 727  
 Sault-Ste-Marie (Ontario)  
 P6A 5N3  
 880, Ouellette Street  
 Windsor (Ontario)  
 N9A 1C7

**Région du Pacifique**

Bureau régional  
 325, Granville Street  
 Pièce 300  
 Vancouver (C.-B.)  
 V8W 1W9

Bureaux de district  
 125, 10<sup>th</sup> Avenue South  
 Cranbrook (C.-B.)  
 VIC 2N1  
 Edifice fédéral  
 471, Queensway  
 Pièce 304  
 Kelowna (C.-B.)  
 V1Y 6S5

## Annexe C

## Bureaux de Communications Canada

## Région du Québec

Bureau régional

Hôtel Rasco  
295, rue St-Paul est  
Montréal (Québec)  
H2Y 1H1

Bureaux de district

942, rue Chabanel  
2<sup>e</sup> étage  
Chicoutimi (Québec)  
G7R 1X8

32, avenue Frédéric Hébert  
Noranda (Québec)  
J9X 1V2  
1650, rue King ouest  
Pièce 401  
Sherbrooke (Québec)  
J1J 2C3

701, boulevard Laure  
2<sup>e</sup> étage  
Sept-Îles (Québec)  
G4R 1X8

2, Place Québec  
Suite 436  
Québec (Québec)  
G1R 2B5

## Région de l'Atlantique

Bureau régional

Édifice Terminal Plaza  
C.P. 5090  
1222, rue Main  
7<sup>e</sup> étage  
Moncton (N.-B.)  
E1C 8R2

Bureaux de district

Édifice Sir H. Gilbert  
C.P. 5277  
Duckworth Street  
Pièce 612  
Saint-Jean (T.-N.)  
A1C 5W1

Édifice de la Douane  
C.P. 7285, succursale A  
189, rue Prince William  
Pièce 337  
Saint-Jean (N.-B.)  
E2L 4S6

Édifice Dominion  
97, Queen Street  
3<sup>e</sup> étage  
Charlottetown (I.-P.-E.)  
C1A 4A9

Édifice Gulf  
9<sup>e</sup> étage  
6009, Quinpool Road  
Halifax (N.-E.)  
B3K 5J7

Les trépieds doivent être plus solides, car les caméras sont plus lourdes. Étant donné le matériel de sonorisation plus complet et de meilleure qualité et la présence d'un tourne-disque et d'un magnétoscope de montage, cet ensemble permet d'aborder la réalisation d'émissions communautaires dans une perspective véritablement professionnelle et globale.

## Annexe B

### Bureaux du C.R.T.C.

#### Administration centrale

Adresse postale :

C.R.T.C.  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0N2  
Terrasses de la Chaudière  
Édifice central  
1, promenade du Portage  
Hull (Québec)

Services d'information : (819) 997-0313

#### Bureaux régionaux

Tour Barrington  
Pièce 428  
Hallifax (N.-É.)  
R3J 2A8  
(902) 426-7997  
275, avenue du Portage  
Winnipeg (Manitoba)  
R3B 2B3  
(204) 949-6297

1410, rue Stanley  
Montréal (Québec)  
H3A 1P8  
(514) 283-6606  
701, rue Georgia ouest  
Pièce 1130  
C.P. 10105  
Vancouver (C.-B.)  
(604) 666-2111



## L'Idéal

Caméra couleur avec	
dispositif de blocage, gros plan arrière et	
dispositif de contrôle du point focal,	
visEUR de 10 cm, intercommunications,	
dispositif de contrôle de l'appareil de	
prise de vues (2 x 6 200 \$)	12 400 \$
Commutateur vidéo/générateur de synchronisme	5 500
Tripieds pour forte utilisation (2 x 500 \$)	1 000
Câbles prolongateurs pour caméra, 8 m (2 x 400 \$)	800
Générateur de caractères	3 000
Ensemble de 3 moniteurs vidéos noir et blanc	1 100
Moniteurs vidéos couleur	600
Récepteur couleur de télévision	600
Ensemble de montage (2 magnétoscopes	
de montage et régulateur)	12 000
Magnétoscope portatif	1 600
Piles et chargeur	200
Adaptateur pour courant alternatif	200
Magnétoscope pour utilisation industrielle	800
Table de mixage (8 fiches)	500
Amplificateur et haut-parleur	800
Microphones (8 x 100 \$)	200
Câbles prolongateurs pour	
microphones (8 x 25 \$)	200
Pieds pour microphones (8 x 50 \$)	400
Tourne-disque, pointe de lecture et transformateur	400
Platine-cassette (audio)	300
Jeu de lumières	1 500
Porte-matériel (2 x 250 \$)	250
Bandes magnétoscopiques (20 x 20 \$)	400
Divers	500
	<hr/>
	45 050 \$

Cet ensemble se distingue principalement par l'inclusion de deux caméras perfectionnées et adaptables. Alors que les autres caméras dont il a été question jusqu'ici étaient munies d'un œilleton et de dispositifs de contrôle du point focal et de mise au point, ces caméras-ci comprennent tous les dispositifs possibles, y compris un système d'interphone qui permet au réalisateur et aux caméramen de communiquer de vive voix au cours d'une réalisation.

Cet ensemble comprend deux caméras et un commutateur vidéo de meilleure qualité et pleinement compatibles qui permettent d'utiliser des techniques de réalisation plus perfectionnées. Par exemple, pendant le reportage d'une rencontre sportive, une caméra peut servir à faire des gros plans alors que l'autre peut continuer à faire des grands-angulaires. Grâce aux câbles prolongateurs plus longs, il est possible de se déplacer plus aisément et de faire plus de prises de vues sous divers angles. Les deux moniteurs vidéos en noir et blanc permettent au réalisateur de voir à ce que chacune des deux caméras filme pendant qu'il change de plan d'une caméra à l'autre. L'appareil de commutation permet au réalisateur de couper, d'enchâîner ou d'effacer entre deux prises de vues. Une meilleure table de mixage, un plus grand nombre de microphones, un amplificateur et des haut-parleurs amélioreront l'enregistrement et la reproduction sonore.

Un deuxième magnétoscope sert à l'enregistrement en studio ou à la salle de régie ou encore à repasser la bande. Les deux magnétoscopes peuvent être utilisés tour à tour pendant l'enregistrement ou le surjeu. Lorsqu'une bande finit de jouer, l'autre prend la relève : il y a donc continuité et présentation uniforme.

Pour faire du montage, le matériel est rejoiné sur le magnétoscope à usage industriel et enregistré de nouveau dans une séquence donnée sur le magnétoscope de montage. Ainsi, le mètreage fait pendant un certain nombre de jour ou de semaines et à partir de divers emplacements peut être réuni et présenté avec concision.

Le générateur de caractères permet d'insérer dans les émissions des titres et des hommages et aussi de faire paraître sur le canal des messages d'intérêt communautaire entre des émissions.

Il s'agit là d'un ensemble d'outils de base qui permettent la réalisation rudimentaire d'émissions de télévision locale. Une seule caméra et un magnétoscope suffisent pour enregistrer sans interruption des événements ou des entrevues à l'intérieur comme à l'extérieur. Grâce à la table de mixage, on peut équilibrer le signal audio provenant de plusieurs microphones. Le magnétoscope portatif est utilisé en vue de repasser les bandes. Le magnétophone permet d'inclure de la musique dans l'enregistrement ou bien pendant la reprise, entre deux bandes.

Il n'est pas nécessaire d'avoir tous ces éléments pour commencer la réalisation d'une émission. Une caméra, un microphonie et une table de mixage suffiront pour réaliser des émissions en direct. Le magnétophone et le reste du matériel peuvent être achetés lorsque la situation financière le permet.

### L'intermédiaire

6 000 \$	Caméra couleur (2 x 3 000 \$)
600	Tripieds (2 x 300 \$)
3 100	Commuteur vidéo
400	Récepteur couleur de télévision
600	Moniteur vidéo couleur (portatif)
800	Moniteur vidéo noir et blanc (2 x 400 \$)
800	Câbles prolongateurs pour caméra, 8 m (2 x 400 \$)
400	Table de mixage (4 fiches)
400	Microphones (4 x 100 \$)
200	Pieds pour microphones (4 x 50 \$)
100	Câbles prolongateurs pour microphones (4 x 25 \$)
1 600	Magnétoscope portatif
200	Piles et chargeur
200	Adaptateur pour courant alternatif
300	Magnétoscope pour usage industriel
5 000	Magnétoscope de montage
1 500	Jeu de lumières
250	Platine-cassette (audio)
250	Porte-matériel
400	Bandes magnétoscopiques (20 x 20 \$)
	Générateur de caractères (messages)
3 000	alpha-numériques, hommages)
75	Casque d'écouteurs
500	Amplificateur et haut-parleur
300	Divers

27 975 \$

Matériel

Aux pages suivantes figurent trois ensembles de matériel type ; le moins dispendieux est donné en premier lieu. Tout le matériel électronique et électrique doit être approuvé par l'Association canadienne de normalisation (ACNOR) pour assurer la protection optimale du personnel et des bénévoles. Dans la section des annonces classées de plusieurs publications commerciales, on offre du matériel usagé. C'est souvent là l'occasion de faire une bonne affaire car il arrive fréquemment que des radiodiffuseurs, des exploitants d'entreprises de télédistribution et des commissions scolaires se défassent de leurs caméras et de leurs magnétoscopes pour acheter des modèles plus récents. Vous devez toutefois faire preuve de discernement car la garantie n'est plus en vigueur et il se peut que les pièces soient difficiles à obtenir. Les ensembles de matériel suivants ne vous sont donnés qu'à titre d'exemple et ces listes ne sont pas conçues pour être suivies aveuglément. Elles ne visent qu'à permettre l'acquisition de matériel moyennant un investissement initial modeste sans que les éléments que vous vous êtes procurés au début ne deviennent superflus. Les conditions locales et la taille de la collectivité dicteront la qualité et la quantité du matériel de réalisation à acheter.

L'essentiel

Magnétoscope portatif	1 600 \$
Piles et chargeur	200
Adapteur pour courant alternatif	200
Caméra couleur	1 000
Trépied	300
Table de mixage (4 fiches)	300
Microphones (2 x 100 \$)	200
Câbles prolongateurs pour microphones (2 x 25 \$)	50
Pieds des microphones (2 x 50 \$)	100
Magnétophone à cassettes	75
Récepteur couleur de télévision	400
Bandes magnétoscopiques (10 x 20 \$)	200
Casques d'écouteurs	75
Lumières	300
Divers	300
	5 300 \$



- l'indicateur lumineux à l'intérieur de la caméra reste allumé, ne veut pas s'allumer ou bien s'éteint et s'allume de façon menaçante

- le caméraman en chef fait faux bond à toute l'équipe de réalisation.

Cette liste est évidemment loin d'être exhaustive. La formation se fait sur le tas. Il est malheureux qu'avec chaque erreur d'importance, on ait tendance à avoir de moins en moins foi en la télévision communautaire. Mais, c'est là une réaction à laquelle il faut s'attendre. Par contre, ces erreurs rendent souvent le processus un peu plus humain.

Ce guide ne vise pas à vous faire part de toutes les techniques de réalisation possibles. D'ailleurs, les ouvrages en français sur ce chapitre sont plutôt rares. Nous ne saurions donc trop vous recommander de consulter les deux études complémentaires suivantes de Michael Goldberg : Télé-radiodiffusion, vidéo et audio de petit format, que l'on peut se procurer auprès du Centre d'édition du gouvernement du Canada, Approvisionnements et Services, Hull (Québec) K1A 0S9 (n° de catalogue : C022-21/1979F) et La vidéographie à la portée de tous (1977) dont la distribution au Québec est assurée par Le groupe d'intervention vidéo, 3963, rue St-Denis à Montréal.

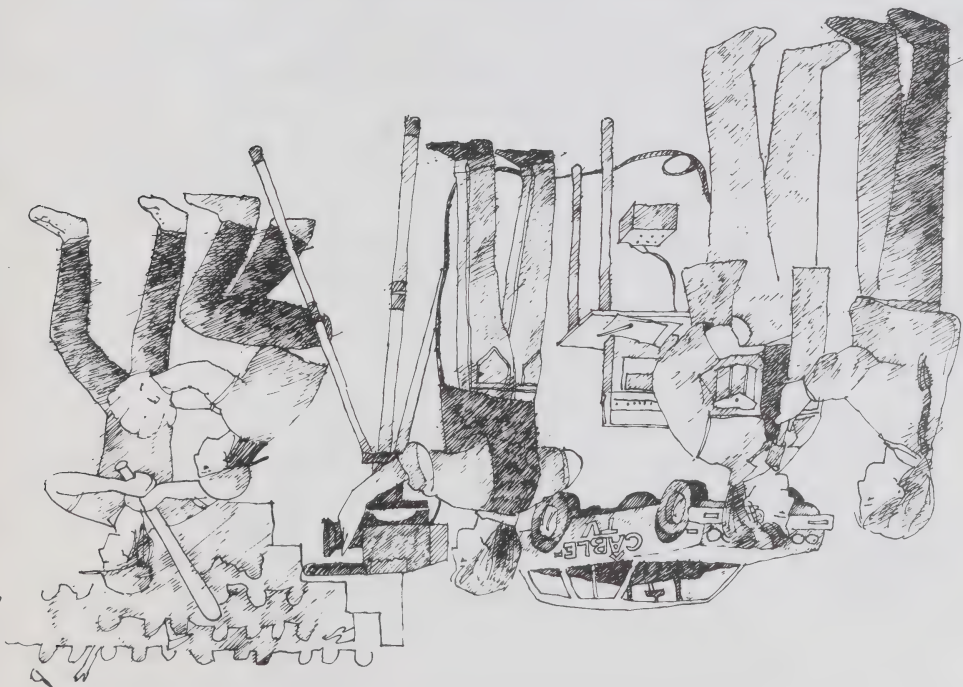
électrique et des câbles d'alimentation. Le froid produit de la condensation sur les trajectoires des bandes magnétoscopiques de sorte que les bandes bloquent ensuite. Il ne faut jamais laisser un magnétoscope dans le coffre d'une voiture pendant toute une nuit lorsqu'il fait froid ou humide.



Enfin, il est bon de se rappeler que tout ne va pas toujours comme sur des roulettes. En fait, lorsque vous filmez sur place, sachez compter avec les impondérables. Voici quelques exemples de désastres qui peuvent se produire :

- Les lumières font sauter un disjoncteur et la salle d'alimentation en énergie est fermée à clé
- quelqu'un a oublié les bandes magnétoscopiques
- quelqu'un a coupé les extrémités du câble prolongateur
- la dernière ampoule est brûlée
- le signal audio provenant du mixeur et se rendant à l'appareil de sonorisation est déformé, incompatible ou tout simplement non existant
- l'animateur est souffrant

chargeur de batterie. Un adaptateur qui se branche dans l'allumecigarettes d'une voiture ou d'un camion peut aussi être utilisé pour faire fonctionner la caméra et le matériel d'enregistrement.



À un moment donné, il vous faudra peut-être un moniteur couleur portatif pour vérifier votre enregistrement pendant le filimage sur place. Ces appareils légers sont d'excellente qualité et mais ils sont dispendieux ; ils coûtent entre 500 et 600 dollars. Vous pouvez aussi utiliser un vieux récepteur de télévision couleur muni d'un adaptateur de radiofréquences si vos aides sont nombreux et en pleine forme. De toute façon, il est recommandé de vérifier l'enregistrement pendant le filimage pour le reprendre de nouveau au besoin. Il est courant de faire un essai avant l'enregistrement final. Dans le cas de certains vidéos portatifs, il est possible grâce au viseur de voir l'enregistrement déjà fait, mais non de s'assurer de la qualité de la couleur, car le viseur est un écran miniature de télévision en noir et blanc.

Il faut faire bien attention lorsque l'on filme à l'extérieur. Tout l'équipement doit être protégé de la pluie ou de la neige et les bandes magnétoscopiques ne doivent pas être exposées au soleil direct. Des vents violents peuvent jeter à terre une caméra montée sur un trépied. Les câbles devraient être disposés de façon à minimiser les risques de chute, et les enfants ne devraient jamais être autorisés à s'approcher du matériel

Il est souvent possible d'emprunter d'autre matériel de sonorisation de l'école secondaire ou du groupe rock de la localité dans des circonstances spéciales.

## Montage

Tôt ou tard, quelqu'un désirera faire du montage, lequel consiste à rediposer des séquences et à éliminer du métirage ou du dialogue superflu. Pour ce faire, il est essentiel de disposer d'un deuxième magnétoscope qui, idéalement, devrait être spéciale-ment conçu pour le montage. C'est ce qu'on appelle communément un appareil de montage et il coûte plus cher à cause des circuits supplémentaires requis pour faire des coupures franches. Une coupure n'est pas franche lorsque l'image roule ou s'enneige. Vous pouvez faire du montage sans ce dispositif, simplement en mettant l'appareil à la position "pause" et en revenant à une autre position, mais, dans ce cas, les coupures seront habituellement de mauvaise qualité.

Un magnétoscope de montage coûte environ 5 000 dollars. Un ensemble comprenant deux appareils de montage et un régulateur se vend approximativement 12 000 dollars. Le régulateur permet de faire avancer ou reculer la bande pour trouver les points de repère de montage. Grâce à ce dispositif, on peut épargner beaucoup de temps, mais il ne peut être utilisé que si l'on dispose déjà des appareils suspendieux de montage.

## Matériel connexe

Les techniques de filmage à la main vont pour des pique-niques et des festivals de musique, mais pour filmer sans secousses lors d'un match de football ou d'une entrevue, il faut absolument un trépied. Ce support se vend entre 300 et 500 dollars. Une autre solution serait de demander à des étudiants en menuiserie et en métallurgie d'en concevoir et d'en construire une version maison, munie de roues de préférence et d'une hauteur qui permette à la plupart des gens de s'en servir avec aise. Il doit être léger et portable.

Pour filmer sur place, il faut des piles. Celles qui sont fournies avec la caméra et le magnétoscope ne durent en moyenne que vingt ou soixante minutes. Pour filmer un match de baseball -- et dans la plupart des terrains de baseball, il n'y a pas d'électricité -- il y a une façon simple de s'en tirer. Au lieu d'acheter une grande quantité de piles de soixante minutes (qui coûtent cher), il suffit de se brancher toute la journée sur une batterie de voiture de douze volts. Il va sans dire qu'il faut un



## Eclairage

Pour filmer à l'intérieur, il faut des lumières supplémentaires. On peut utiliser des lumières d'ambiance, mais il arrive souvent qu'elles "colorent" l'image car leur température de couleur n'est pas toujours appropriée. Lorsque vous commandez des lumières, précisez qu'il vous en faut de la température de couleur 3 200° Kelvin. Vous pouvez aussi acheter un jeu de lumières qui comprend trois ou quatre ampoules, des pieds réglables et des fils d'alimentation, le tout bien disposé dans un étui solide. Assez dispendieux, un tel jeu coûte entre 1 000 et 1 500 dollars. Mais si votre situation financière vous le permet, il est fortement recommandé d'acheter ce jeu de lumières ainsi qu'une douzaine d'ampoules supplémentaires. Les ampoules sont de 500, 650 ou 1 000 watts ; comme les prix varient considérablement d'un endroit à l'autre, sachez choisir en consommateurs avisés. Dans la plupart des cas, des ampoules de 650 watts feront l'affaire. Un dernier mot à propos des ampoules : elles deviennent très chaudes. Bon nombre de novices ont eu la désagréable surprise de constater que leurs empreintes digitales avaient disparu...

Les caméras les plus perfectionnées sont munies d'une roulette à filtres. Selon le filtre utilisé, la roulette fait en sorte que l'appareil soit adapté aux diverses conditions d'éclairage. La température de couleur varie selon qu'il s'agit de sources lumineuses intérieures, extérieures, fluorescentes ou incandescentes et les divers filtres adaptent rapidement l'appareil aux diverses conditions pour assurer la qualité optimale de l'image.

## Sonorisation

Il vous faut aussi un mixeur de microphones et plusieurs micros. La plupart des appareils comprennent un microphone intégré, mais cela ne sert qu'à l'enregistrement du bruit de fond et de fait c'est le moyen rêvé d'enregistrer le bruit des avions qui passent. Pour faire une entrevue, et tout particulièrement à l'extérieur, il faut placer le microphone de huit à dix pouces du sujet (tout comme on le voit à la télévision traditionnelle). Un bon mixeur se vend entre 300 et 400 dollars et devrait être en mesure de s'occuper de quatre micros et d'un "enregistrement en direct" provenant d'un appareil de sonorisation, d'un amplificateur ou d'une table de lecture. Certains modèles comprennent un générateur de tonalité pour fixer le niveau du son et un décibel-mètre pour éviter la surmodulation.

très fiables et coûtaient près de 80 000 dollars. Aujourd'hui, ils se vendent à partir de 1 000 dollars et comprennent une lentille intégrée de gros plan et un microphone. Pour ce qui est des caméras, les modèles à utilisation domestique ou caméra vidéo feront très bien l'affaire. Souvenez-vous, toutefois, que les caméras sont fragiles et devraient toujours être transportées dans un étui ou une boîte protectrice. La poussière, la saleté et le traitement indelicat sont leurs pires ennemis : ils en réduisent la durée d'utilisation et le rendement. La caméra contient un tube analyseur électronique (au lieu d'un film) pour la production de l'image. Ce tube est extrêmement sensible et ne doit jamais être dirigé vers une source de lumière puissante ou vers le soleil, sinon il sera détruit, littéralement grillé. Ces tubes sont très coûteux et doivent être remplacés par un technicien compétent. C'est avec la plus grande diligence qu'il faut se servir de tout matériel et le transporter, mais cela s'applique tout particulièrement aux caméras.



Pour changer de plan au cours d'une émission, il faut une deuxième caméra, deux moniteurs d'image et un commutateur vidéo. Le fabricant peut recommander une série d'éléments qui soient à la fois abordables et compatibles.

## Magnétoscopes

Pour ce qui est des magnétoscopes, on peut en obtenir de deux, un, trois-quarts et un demi-pouce et payer entre 100 000 dollars pour le modèle professionnel et moins de 700 pour le modèle à utilisation domestique. Dans le cadre de cet ouvrage, nous ne parlerons que des magnétoscopes d'un demi-pouce. On peut aussi se servir de celui de trois-quarts de pouce, mais il est beaucoup plus dispendieux.

Il y a deux modèles de magnétoscopes d'un demi-pouce : le VHS et le Bétamax. Ils ne sont pas interchangeables, c'est-à-dire qu'une bande enregistrée sur un VHS ne pourra pas être jouée sur un Bétamax. Ces deux modèles étant de force égale, le choix d'un modèle n'est qu'une question de préférence. Quand on pense à ces modèles d'un demi-pouce, on songe habituellement aux magnétoscopes domestiques. Ils se vendent à partir de 700 dollars, mais il est fortement recommandé d'acheter un modèle industriel plus coûteux. Le prix de ces modèles varie entre 1 300 et 1 500 dollars ; ils sont destinés à une forte utilisation et à un traitement moins que délicat, alors que le modèle domestique n'est pas conçu pour être trimballé à l'arrière d'une camionnette. Ne vous laissez pas convaincre d'acheter un modèle muni d'un syntoniseur et d'un étalonneur. Ces dispositifs onéreux permettent d'enregistrer automatiquement des émissions en direct et ne sont d'aucune utilité dans le cas de la télévision communautaire.

Un magnétoscope portatif sert souvent au filimage sur place et peut être alimenté soit à partir d'une pile ou d'une source de courant alternatif. Souvent connu sous le nom de vidéo portatif, ce magnétoscope est muni d'une lanterne et se transporte ainsi aisément. Le même magnétoscope peut servir en studio ou à la salle de régie et être utilisé pour passer l'émission à la télévision communautaire. Le magnétoscope de base, souvent appelé plateau d'enregistrement, peut servir à l'enregistrement en studio ou dans tout autre endroit à l'intérieur et même à l'extérieur si une source de courant alternatif est disponible. Le magnétoscope de base sert habituellement à repasser les bandes. Et finalement, il y a la table de lecture qui ne sert qu'à cette fin et non à l'enregistrement d'émissions. Elle n'est pas recommandée en raison de son usage limité.

## Caméras

Les caméras couleur sont de petites merveilles de la technique moderne. Il y a vingt ans, ces appareils étaient encombrants, pas



Grâce au bénévolat, la télévision communautaire peut créer des personnes bien informées, dotées de sens civique qui, à leur tour, seront mieux préparées pour traiter de questions locales. Obtenez la meilleure participation possible et la collectivité en tirera de grands avantages.

Les bénévoles sont précieux. Prenez-en soin.

## **Matériel : frais et exploitation\***

En règle générale, la somme allouée aux émissions est fonction de la taille de la collectivité à servir. Un titulaire desservant des milliers d'abonnés dispose d'importants fonds autogénérés servant à son exploitation, alors que les activités d'une collectivité comprenant une centaine de foyers ou moins devront nécessairement se faire sur une plus petite échelle. Il importe de se rappeler qu'il faut d'abord et avant tout disposer d'un bon matériel de base et, chaque année, si la situation financière le permet, ajouter une deuxième caméra, un magnétoscope, d'autres micros et des lumières. Récemment, des requérantes situées dans des endroits isolés aux Maritimes se sont vu accorder des licences pour avoir, entre autres choses, réservé cinq pour cent de leur revenu à la télévision communautaire. Il semble que ce soit là une ligne de conduite réaliste.

Les studios coûtent cher. Comme solution de rechange, il serait peut-être bon de voir si la salle communautaire ou le gymnase de l'école secondaire ne pourraient pas servir à cette fin. Tâchez de voir à ce que la tête d'antenne ou l'émetteur soient situés dans les environs pour que vous puissiez faire une mise en circuit et diffuser en direct. Il est important de pouvoir diffuser en direct, et parmi les meilleures émissions, on retrouve les tribunes téléphoniques qui doivent évidemment être présentées de cette façon.

Aujourd'hui, le matériel portatif est fiable, léger et simple. Il est aussi relativement bon marché.

---

\* Tous les prix mentionnés dans ce guide sont approximatifs et n'ont trait qu'au matériel disponible au moment de la rédaction.



personnes sans formation technique ont appris à réaliser des émissions de télévision grâce au canal communautaire. Cependant, les étudiants sont souvent les premiers partisans, à la fois en raison de leur désir d'acquérir de nouvelles connaissances utiles et de l'exhubérance qui les caractérise.

En plus de la prise de vues, de l'enregistrement vidéo et audio, il y a une foule de fonctions non techniques qui doivent être remplies, telles que la description du jeu pendant des rencontres sportives et la tenue d'entrevues. Il peut être utile d'avoir recours à un dessinateur en art graphique pour faire les titres d'émissions et les avis. Toute personne qui participe à la télévision communautaire est un bénévole, que cette personne ait eu l'idée initiale de l'émission ou bien qu'elle ait fait jouer l'enregistrement le mardi après-midi.

Si un bénévole se fatigue de filmer, incitez-le à élargir ses horizons et à se faire la main à la réalisation, au reportage, à la direction ou au montage. Si un groupe ou une association réalise des émissions régulièrement, il se peut que vous trouviez suffisamment de bénévoles parmi eux. Il est possible que certains désirent passer d'une tâche à l'autre et d'autres, pas. Plus un bénévole acquiert des connaissances diverses, plus sa participation devient utile. Si l'éclairagiste tombe malade et que personne d'autre ne sait comment éclairer le plateau, il se peut que toute la réalisation s'arrête. Alors, exhortez les bénévoles à diversifier leurs expériences.

Il ne faut pas oublier que les bénévoles ont besoin que l'on reconnaisse leurs efforts. "Merci" fait plaisir, mais il est mieux de leur rendre hommage, visuellement ou oralement, à la fin de l'émission. Si vous n'avez pas le matériel nécessaire (un générateur de caractères ou une deuxième caméra) pour ce faire, l'annonceur ou l'animateur de l'émission peut nommer les bénévoles et les remercier d'avoir travaillé aux caméras, par exemple. N'oubliez personne... remercier quelqu'un ne coûte rien et constitue la seule vraie récompense.

Il y a aussi une autre façon courante de reconnaître les efforts des bénévoles : organiser une fête de Noël ou un pique-nique pendant l'été. Des relations publiques, ça rapporte beaucoup, c'est déductible d'impôts et ça donne de bons résultats pour bien des années à venir.

Communiquez avec la presse locale. Son appui peut être extrêmement utile pour publier la grille des reprises, rédiger des articles et solliciter des réactions. Rien ne fait plus plaisir que de lire un éditorial ou une lettre au rédacteur élogieuse. Invitez le rédacteur en chef à dîner ;

N'oubliez pas que les gens se méfient toujours de ce qui est offert gratuitement. Sachez faire la publicité du service avec circonspection. C'est leur canal à eux et ce sont eux qui en assument les frais, d'une façon ou d'une autre.

En terminant, il est bon de se rappeler, à titre d'animateur social, qu'il faut ménager la sensibilité des gens avec qui l'on travaille. Peu importe la façon dont vous incitez les gens à participer, n'oubliez pas qu'il faut faire preuve de beaucoup de patience et d'ingéniosité afin d'encourager les gens à s'exprimer. En fin de compte, l'image du canal reflètera leurs personnalités. Ce sont eux qui en feront un succès.

## Contribution des bénévoles

Qu'est-ce que la Croix-Rouge, la Société canadienne du cancer, la ligue de hockey mineure et le canal communautaire ont en commun ? Des bénévoles. Sans eux, aucun de ces groupes ne pourrait survivre.

Les gens donnent de leur temps pour une bonne cause et pour une foule de raisons. Pour attirer des bénévoles, les membres de la collectivité doivent être persuadés que la télévision communautaire servira l'intérêt du public, tout comme les soirées dansantes pour les personnes âgées et la ligue de hockey mineure. (De fait, quand on pense à la télévision communautaire, on pense souvent à des activités récréatives).

Étant donné le caractère technique de la réalisation d'émissions, les étudiants suivant des cours de cette nature à l'école secondaire ou au collège de la localité n'attendent souvent que l'occasion de se servir de ce matériel de réalisation. Et c'est bien heureux, car ils pourront faire de légères réparations en plus, comme souder des bornes et changer les fusibles. Il ne devrait pas être difficile d'obtenir un groupe de, disons, cinq ou six étudiants fiables qui serviraient d'experts techniques bénévoles. Cela ne veut pas dire que des pêcheurs, des comptables, des ménagères ou des citoyens de l'âge d'or ne peuvent pas manipuler une caméra. Dans tout le pays, des milliers de

- Obtenez l'appui du gouvernement municipal. Le canal communautaire devrait être considéré comme une composante importante du processus de participation des citoyens au palier municipal.

- Faites le reportage d'événements. La meilleure façon de faire valoir le canal communautaire, c'est de filmer une réunion du conseil municipal, un pique-nique, un match de baseball de l'équipe locale, etc.

- Organisez, comme toute première émission, une tribune téléphonique pour expliquer ce en quoi consiste la télévision communautaire et inviter les citoyens à donner leurs commentaires de sorte qu'ils puissent aider à définir le canal local et à en expliciter le rôle.

- Communiquez avec les écoles. Les jeunes adorent jouer avec du matériel vidéo. Dans le cadre d'un cours, un des projets pourrait être de réaliser une émission. Si l'école dispose déjà de son propre matériel vidéo et s'en sert pour des pièces de théâtre ou des événements sportifs, offrez-lui du temps d'antenne.



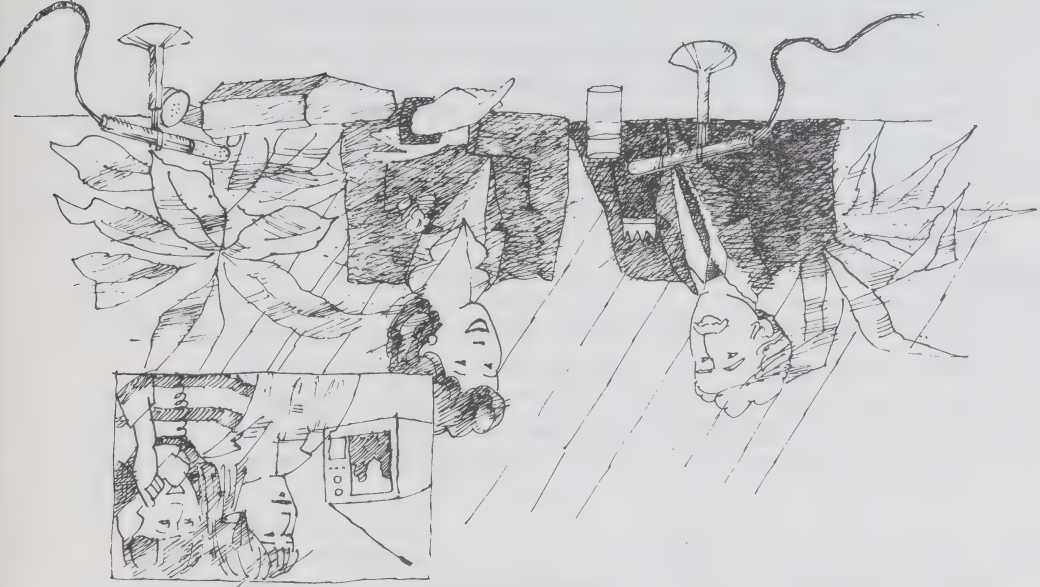
membres du public sachent quand l'émission sera présentée et quel sera le sujet de discussion. Le magazine d'affaires publiques composé de quatre ou cinq courts segments est une autre formule valable. Des reportages sur des sujets d'actualité, l'artisanat, les sports, des entrevues de représentants locaux et de talents du coin peuvent tous être compris dans une émission de ce genre. Souvent, c'est ainsi qu'un groupe de citoyens obtient sa première couverture et qu'il procède ensuite à la réalisation de sa propre série d'émissions. Il est toutefois plus fréquent que le sujet à traiter ne nécessite pas un segment de trente minutes et qu'il suffise de lui consacrer de huit à dix minutes de temps d'antenne dans le cadre de l'émission.

Voici donc quelques trucs pour obtenir la participation de la collectivité :

- Occupez-vous d'abord de la publicité du canal communautaire en posant, par exemple, des affiches ou des annonces au centre commercial ou au centre communautaire.
- Offrez vos services comme conférencier-invité. Prenez la parole au cours de conférences de l'AFÉAS ou d'autres clubs philanthropiques. Expliquez à l'assistance ce qu'est la télévision communautaire et les avantages qu'on peut en tirer.
- Préparez une émission faisant valoir l'usage du canal et faites-la passer à la télévision à plusieurs reprises. Vous pourriez aussi montrer cet enregistrement au cours d'une présentation faite aux clubs philanthropiques.
- Offrez d'enseigner un cours de réalisation d'émissions et d'utilisation du matériel télévisuel à l'école secondaire ou au collège de la localité.
- Voyez à ce que tous sachent que les personnes intéressées recevront une formation pour manier les caméras, micro-phones, etc.
- Incitez les participants à expérimenter et à innover, au fur et à mesure que la participation augmente.
- Encouragez les discussions informelles au niveau de la base.
- Favorisez un échange de points de vues où les gens disent ce qu'ils pensent du canal. Demandez-leur leurs commentaires, leurs critiques et leurs idées de réalisation. Les membres de la collectivité devraient décider de l'orientation que prendra leur canal.



A la télévision traditionnelle, une émission est toujours mise à l'antenne chaque semaine à la même heure pour attirer les mêmes téléspectateurs. Les revenus publicitaires sont fonction des cotes d'écoute et nécessaires à la survivance de la station. La télévision communautaire, elle, n'est pas tenue de respecter ces critères. La fréquence des émissions, l'inscription à l'horaire et les reprises dépendent des besoins de la collectivité. Il est tout à fait approprié et désirable de représenter une émission deux ou trois fois par semaine et même davantage, à des heures différentes, pour tenir compte des diverses habitudes d'écoute des téléspectateurs, ainsi que de leur horaire de travail, et pour faire concurrence aux émissions commerciales présentes pendant les heures de grande écoute. La collectivité et aussi les groupes chargés de la réalisation de l'émission devraient avoir voix au chapitre en ce qui concerne l'établissement des grilles-horaires. Une bonne programmation peut inciter la collectivité à accorder sa participation.



Il convient maintenant de toucher mot des formules d'émissions. Les tribunes téléphoniques sont un excellent moyen de faire participer les membres de la collectivité et d'obtenir leurs commentaires. Choisissez un sujet d'intérêt courant (taux municipal de taxation), invitez un représentant approprié (président du conseil municipal, maire, trésorier), voyez à ce que l'animateur ou l'animatrice ait fait un bon travail de recherche préliminaire et faites la publicité de l'émission pour que les

devants, les autres emboîteront le pas. Il faut donc communiquer avec tous les clubs et associations. Il faut leur expliquer que le canal communautaire est leur propriété et qu'il est gratuit ; il ne faut pas leur donner l'impression de leur rendre service, car les utilisateurs éventuels pourraient se désintéresser de la question.

Il est bon aussi de démystifier le moyen d'information. Expliquez ce qu'est la télévision communautaire comme il a été énoncé au premier chapitre. Laissez les gens ou les groupes faire toutes sortes d'essais avec le matériel jusqu'à ce qu'ils aient suffisamment confiance en eux pour réaliser quelque chose. Tentez de préserver toute la simplicité du processus et de laisser aux gens le temps de s'habituer à cette nouvelle entreprise et de se faire la main. Au fur et à mesure que leur compétence s'accroît, leurs exigences augmenteront et, tôt ou tard, ils voudront que leurs réalisations aient un fini professionnel. Mais lorsque l'entraîneur de l'équipe de hockey demandera une prise de vues au ralenti, il sera temps de lui rappeler que la télévision communautaire, ce n'est pas Radio-Canada, et qu'elle a ses limites.

Certains groupes communautaires voudront réaliser des émissions toutes les semaines, d'autres une fois par mois et d'autres encore une seule fois en tout et pour tout. Vous devez tenir compte des besoins réels d'un groupe donné lorsque vous étudierez la fréquence voulue de ces émissions. Si un groupe demande à réaliser une émission toutes les semaines, cherchez à en connaître les raisons. Les gens suivent les idées reçues et parce que "Pierre Nadeau rencontre..." passe toutes les semaines, ils s'imaginent qu'ils doivent eux aussi réaliser une émission hebdomadaire. Très vite, ils s'essoufflent et épuisent leurs idées initiales et leur énergie. Mieux vaut leur dire de revenir faire une autre émission quand ils le jugeront bon et se sentiront prêts. Le problème, quand on s'engage à réaliser un trop grand nombre d'émissions hebdomadaires, c'est que l'on consacre toutes les ressources à cette seule fin ; il devient donc impossible de donner spontanément suite aux autres demandes de programmation et la souplesse du processus s'en trouve diminuée d'autant. Mais cela ne veut pas nécessairement dire que les émissions hebdomadaires sont à proscrire. Un bingo hebdomadaire télévisé peut constituer une bonne source de revenus pour le Club Lions par exemple. Un service religieux télévisé toutes les semaines peut ajouter une importante dimension spirituelle à l'existence des personnes incapables d'y assister en personne.

pour que le service soit complet et varié, sans qu'il faille débours des sommes supplémentaires pour ajouter d'autres éléments (sous forme d'émetteurs ou de modulateurs) au matériel global.

Bien que le Conseil ait abordé cette question en raison de sa pertinence aux titulaires d'entreprises traditionnelles de distribution et qu'il ait déterminé par la suite qu'il n'était pas dans l'intérêt du public de partager le canal communautaire avec d'autres services, il s'est dit prêt à étudier chaque cas individuel-lement et à considérer la possibilité d'accorder des exemptions, tout particulièrement dans les petites collectivités où le coût est un facteur gênant.

Lorsqu'il y a pénurie de fréquences (diffusion en direct) ou de canaux (télédistribution), il se peut que le Conseil tienne compte des besoins en matière de communications ainsi que de la situation financière des localités isolées et de celles du Nord, et tout particulièrement dans les cas où ce service permettrait de rétablir un équilibre culturel dans une région donnée. Par exemple, le Conseil a délivré des licences d'exploitation de stations de télévision communautaire au Nouveau-Brunswick, là où les besoins culturels de la population acadienne pouvaient être satisfaits en offrant plusieurs services sur un même canal ou sur une même fréquence.

## Comment obtenir la participation de votre collectivité

La plupart des membres d'une collectivité préfèrent généralement regarder une parade que d'y prendre part. De même, la majorité des gens ne peuvent habituellement pas s'imaginer participer à une émission de radio ou de télévision. Cependant, à peu près tout le monde a son mot à dire sur le projet de construction d'une nouvelle autoroute, le service postal ou les activités récréatives dont la collectivité a besoin. Comment faire pour inciter les téléspectateurs passifs à aller de l'avant et à faire part de leurs idées et opinions ? Il n'y a pas de solution facile, mais les propositions suivantes peuvent se révéler utiles :

Les chefs de la collectivité, en raison de leur engagement au sein de clubs philanthropiques ou de leur participation à des activités religieuses, sont habituellement les premiers à se montrer intéressés à utiliser le canal communautaire pour faire valoir les activités de leurs groupes. Une fois que les chefs auront pris les



réussir. Il y a souvent échec lorsqu'un titulaire se méfie du comité consultatif ou que celui-ci essaie d'avoir le dessus.

Il va sans dire que la création d'un comité consultatif libérerait le titulaire de son obligation de prendre des décisions courantes, comme celle de juger qui devrait avoir accès au canal et de régler les conflits qui pourraient s'ensuivre. Le comité consultatif serait aussi bien utile pour recruter des bénévoles affectés aux caméras et au matériel d'enregistrement, à l'établissement des programmes de formation et à l'élaboration des grilles horaires.

La structure du comité consultatif ne devrait pas être rigide au point d'empêcher toute spontanéité. Si l'on ne peut approuver une idée d'émission sans en discuter à trois paliers, au cours de réunions du comité, le public abandonnera vite jusqu'à l'idée même de la télévision communautaire. Il s'agit d'inciter la population à participer, et non de l'en décourager. Il importe avant tout que le processus demeure simple, du début jusqu'à la fin.

## Canal à services multiples

L'idée d'un canal de télévision à services multiples est relativement nouvelle. Il s'agit de deux services ou plus offerts sur un même canal lorsqu'il y a pénurie de canaux et de fréquences disponibles en raison de restrictions financières ou de difficultés d'ordre technique.

Pendant les périodes où aucune émission locale n'est présentée, d'autres émissions, comme les débats de la Chambre des communes, des émissions éducatives ou à l'intention des autochtones, pourraient être intégrées aux émissions communautaires

Enfin, il faut insister sur le fait que même si un comité consultatif peut, à titre de conseiller, jouer un rôle fort utile, en dernier ressort il incombe au titulaire de voir à ce que la collectivité bénéficie d'un service équilibré et profitable. C'est le titulaire, et non le comité consultatif, qui est responsable de sa programmation devant le C.R.T.C. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce sujet et d'autres questions connexes, consultez la publication du C.R.T.C. intitulée *Radiodiffusion et communauté* qu'on peut se procurer gratuitement en écrivant aux Services d'information du C.R.T.C., Ottawa, K1A 0N2.



## Comités consultatifs de citoyens

Bon nombre de titulaires se sont aperçus que la participation communautaire augmente souvent lorsqu'il régnait un bon esprit de collaboration entre eux et le comité consultatif de citoyens dont le rôle est de conseiller et d'aider à l'exploitation du canal communautaire sans pour autant enlever aux titulaires leurs responsabilités finales à l'égard de l'émission présentée. Ainsi, même si elle est titulaire d'une licence d'exploitation, une coopérative recourt habituellement à un comité consultatif pour l'aider à choisir entre les idées d'émissions présentées et à y donner suite.

Le comité consultatif a cependant comme principal objectif de faciliter aux membres de la collectivité l'accès au canal communautaire en faisant connaître son existence et son rôle et en incitant le plus grand nombre possible de personnes, individuelles ou en groupe, à y participer. Le comité consultatif doit être tout à fait impartial et ne professer aucun parti pris politique, car il est là pour servir également tous les citoyens et non seulement quelques-uns d'entre eux. Le canal communautaire devrait servir à présenter les plus diverses. De fait, il est relativement simple dans une petite collectivité de réunir un groupe de personnes représentatives de la collectivité, de ses groupes et de ses organismes.

Depuis sa création, la télévision communautaire a montré que les comités consultatifs de citoyens sont efficaces dans les villes petites et moyennes, mais non dans les grands centres. Dans un grand secteur métropolitain, où il existe des centaines de groupes et d'associations, il peut être fort difficile de choisir un comité consultatif qui soit tout à fait représentatif des multiples facettes de la collectivité. En ce qui concerne la télévision communautaire, les petites villes et les villages ont un énorme avantage sur les grands centres urbains, car il est bien connu que dans les secteurs ruraux et les petites villes au Canada, la solidarité est reine.

Les relations entre le comité consultatif et le titulaire pourraient prendre la forme d'une simple entente de principe ou encore d'un contrat officiel. Ces deux méthodes ont eu du succès dans certains cas et ont échoué dans d'autres. Quelle que soit la forme, ces relations ne peuvent être exemptes d'un sentiment de compréhension réciproque et d'un véritable désir de

et les petites collectivités, tout particulièrement là où la rentabilité d'entreprises commerciales serait incertaine, les organismes sans but lucratif constituent une solution de rechange. Par exemple, la société récréative de la localité pourrait présenter au C.R.T.C. une demande de licence comme compagnie affiliée au réseau Cancom.

Puisque l'exploitation de la plupart des coopératives et des sociétés de communications est sans but lucratif et que ces organismes appartiennent aux membres de la collectivité, ils se peut qu'ils répondent aux critères d'octroi de subventions de gouvernements provinciaux ou régionaux et puissent se livrer à des campagnes de cueillette de fonds, sous réserve de l'approbation de la province. (Des bingos télévisés peuvent par exemple fournir les sommes nécessaires à l'exploitation du canal communautaire).

Les coopératives et les sociétés de communications présentent un autre avantage. De par la nature même de ces organismes, tous ceux qui en sont membres ont leur mot à dire en ce qui concerne l'exploitation du canal. Il est fort probable qu'ils tiennent mieux compte des besoins et préoccupations de la localité et qu'il en résulte des émissions locales plus pertinentes. Le recours à des organismes sans but lucratif -- où la collectivité détermine les signaux qu'elle désire importer, est propriétaire de l'antenne parabolique et du matériel de distribution qu'elle exploite et est financièrement indépendante -- constitue une orientation nouvelle en voie de changement et il se peut bien qu'il s'agisse là d'une autre bonne façon d'importer des signaux de télévision et de radio dans les collectivités isolées et dans celles du Nord.

Puisque les textes de loi régissant les coopératives et les organismes sans but lucratif sont du ressort des provinces ou des territoires, et diffèrent ainsi d'une province à l'autre, les personnes intéressées à adopter cette façon de procéder devraient communiquer avec le représentant gouvernemental approprié avant de présenter une demande de licence au C.R.T.C.

et passif. La télévision communautaire, elle, devrait être un processus bilatéral conçu pour mesurer l'efficacité des émissions et faire en sorte que la collectivité n'entame pas un long monologue, mais se penche sur l'essence même de sa dynamique sociale.

Le succès ou l'échec global du canal communautaire sera dans une large mesure fonction de l'interaction entre le titulaire et la collectivité. De bons rapports constants sont primordiaux et ne seront possibles que si les deux parties y mettent du leur. Néanmoins, il incombe finalement au titulaire de voir à ce que les lignes de conduite et objectifs du C.R.T.C. en ce sens soient respectés.

Maintenant que les rôles individuels de la collectivité et du titulaire ont été expliqués, il serait bon de noter que la structure même de la télévision communautaire peut faire l'objet de bien des variantes. Les deux chapitres suivants sur les organismes sans but lucratif et les comités consultatifs de citoyens décrivent les options qui se sont révélées utiles pour accommoder et même souvent faciliter les rôles et les responsabilités du titulaire et de la collectivité desservie.

## Organismes sans but lucratif

Les organismes sans but lucratif oeuvrant au sein du système canadien de la radiodiffusion sont passablement nombreux et existent depuis longtemps. Le C.R.T.C. délivre des licences aux entreprises constituées juridiquement qui n'ont pas de capital-actions (à des sociétés et à des coopératives, par exemple) et, en conséquence, il a octroyé à des groupes locaux de citoyens des licences pour l'exploitation de leurs propres services de radiodiffusion. Des licences d'exploitation de coopératives de radio communautaire ont été délivrées à Vancouver, à Montréal et à bon nombre de petites collectivités au Québec, en Saskatchewan et au Nouveau-Brunswick. Par ailleurs, à Campbell River en Colombie-Britannique, une coopérative de télédiffusion est en exploitation depuis quinze ans. Par contre, pour des raisons légales, le Conseil ne peut délivrer de licences aux administrations municipales et régionales.

Plus récemment, le Conseil a délivré dans tout le pays des licences à des sociétés de communications locales les rendant ainsi compagnies affiliées au réseau Cancom. Dans les villages



conférences. Il doit aussi inciter la population à se servir du service de télévision local et à y participer. En outre, le titulaire doit servir d'agent catalyseur dans la collectivité en trouvant les personnes intéressées et en leur montrant comment se servir du matériel. Il s'agit là d'un aspect très important du travail du titulaire et bien souvent mal compris. Un bon agent catalyseur assurera une représentation juste et objective de la collectivité, sera préoccupé par des questions de progrès social et possèdera d'excellentes ressources humaines et techniques. Finalement, c'est le titulaire qui doit fournir le matériel, même si, dans les petites collectivités, les clubs philanthropiques ou les organismes créés pourraient faire des contributions en vue de l'achat, par exemple, d'un appareil vidéo portatif. Les options de matériel et leur coût connexe figurent à l'annexe A.

## Responsabilités de la collectivité

La collectivité n'a pas à assumer autant de responsabilités que le titulaire. Elle doit, cependant, déterminer l'image du canal communautaire en fournissant des idées d'émissions, des interviews, des bénévoles, etc. La collectivité dans son ensemble est responsable du contenu et de l'orientation du canal et devrait participer à la programmation. Les citoyens doivent fournir les divers éléments nécessaires pour que la représentation de leur collectivité et de ses intérêts soit complète et variée. Ils doivent exercer leur droit d'accès aux médias locaux pour faire connaître des points de vue différents ou mettre en question des valeurs traditionnelles ou nouvelles. Il est tout à fait vain qu'un groupe se croise les bras et prétende qu'un autre groupe domine le canal. Tout le monde doit, tour à tour, monter sur la tribune.

La collectivité doit, comme autre fonction importante, donner son avis sur les émissions présentées au canal communautaire. L'émission a-t-elle été regardée ? Les téléspectateurs l'ont-ils aimée ? En veulent-ils d'autres du même genre ? Sont-ils d'accord avec les points de vue exprimés ? Il est essentiel d'obtenir des renseignements de la sorte pour que les membres de la collectivité disposent d'un service de télévision qui réponde à leurs besoins et aspirations. C'est donc dire que le titulaire a, dans une certaine mesure, l'obligation de rendre compte de la nature, de la qualité et de la pertinence des émissions -- ce qui n'est pas une perspective dépourvue d'intérêt. La télévision communautaire, à cause de ses possibilités de rétroinformation, constitue une bonne solution de rechange à la télévision commerciale traditionnelle qui s'adresse à un auditoire anonyme



## Responsabilités du titulaire

C'est au titulaire que revient en fin de compte la responsabilité du canal et du modulateur, s'il exploite un système de télédiffusion, ou de l'émetteur s'il s'agit d'une entreprise de radiodiffusion, ainsi que du matériel de réalisation et du contenu des émissions. La Loi sur la radiodiffusion énonce ces responsabilités et le C.R.T.C. est chargé de les réglementer et de les faire respecter. Bien que le Conseil ait à cœur l'intérêt de la collectivité dans le domaine de la télévision locale, il a toujours hésité à délivrer une licence à une collectivité comme telle ; il en résulterait une situation trop difficile à maîtriser et qui manquerait d'organisation et de continuité. Il préfère octroyer une licence à un entrepreneur ou à un organisme constitué en société plutôt qu'à toute une collectivité. Cet organisme pourrait être composé de représentants de sociétés commerciales, comme une entreprise traditionnelle de radiodiffusion, ou bien de représentants d'une coopérative constituée en société appartenant à la collectivité et exploitée par elle. De toute façon, il doit y avoir constitution en société pour qu'une licence soit délivrée. Dans le Grand Nord et dans d'autres localités à prédominance autochtone, les Indiens, Métis et Inuits ont formé ce qu'on appelle des "sociétés de communications". Il s'agit d'organismes constitués en société, généralement sans but lucratif, qui appartiennent aux citoyens de l'aire de desserte et sont exploités par eux.

Que la licence soit accordée à une société de communications, à une coopérative ou à une entreprise commerciale, elle entraîne certaines responsabilités. Si le Conseil doit choisir entre plusieurs demandes de prestation de services de télévision à une collectivité donnée, il fait souvent pencher la balance du côté de la requérante qui promet d'offrir le plus grand nombre de services et il s'attend à ce que le titulaire respecte ses engagements face à son programme.

On demande au titulaire de voir à ce que la répartition des émissions soit équilibrée et que des points de vue différents soient présents. Le Conseil craint que le canal communautaire ne devienne une tribune que s'approprieraient certains groupes d'intérêt particulier et ne serve ainsi qu'à exprimer un ou quelques points de vue politiques, philosophiques ou religieux dans une perspective étroite ou exclusive.

Le titulaire doit, de plus, s'occuper de la publicité du canal dans les journaux comme au cours de réunions publiques et de

émission dépendra des circonstances particulières. Les émissions axées sur une question d'actualité sont souvent les plus difficiles à réaliser car elles tentent d'y apporter des solutions. Par contre, ce n'est pas en ignorant des problèmes ou en les envisageant d'un seul point de vue qu'on pourra les régler. Bon nombre de groupes de citoyens ont jugé fort utile d'envoyer à l'organisme gouvernemental pertinent une bande magnétoscopique expliquant leurs préoccupations face à une question donnée. Par exemple, une émission sur les conditions de logement réalisée par une association de locataires pourrait être envoyée au ministère provincial ou territorial chargé du logement. La réalisation d'une émission peut ainsi servir à deux fins. D'abord, l'émission est présentée aux téléspectateurs locaux sur le canal communautaire. Puis, elle peut aussi constituer un outil politique pour provoquer des changements sociaux au palier gouvernemental.

Les émissions communautaires ne sont pas toutes axées sur des questions d'actualité. Bon nombre d'entre elles cherchent tout simplement à faire état d'un événement : une parade, un service religieux ou un concours de meneurs de ban. La télévision communautaire peut et devrait être une source d'amusement tant pour les participants que pour les téléspectateurs. Aux personnes qui désirent obtenir de plus amples renseignements sur la télévision communautaire, nous proposons deux publications : l'Énoncé de politique du C.R.T.C. sur la télévision par câble, qui peut être obtenu gratuitement en écrivant aux Services d'information du C.R.T.C., Ottawa, K1A 0N2 et Les nouveaux communicateurs que l'on peut se procurer, moyennant 6 dollars, auprès de l'Association canadienne de télévision par câble, 85, rue Albert, pièce 405, Ottawa, K1P 6A4.

## Gui mène la partie?

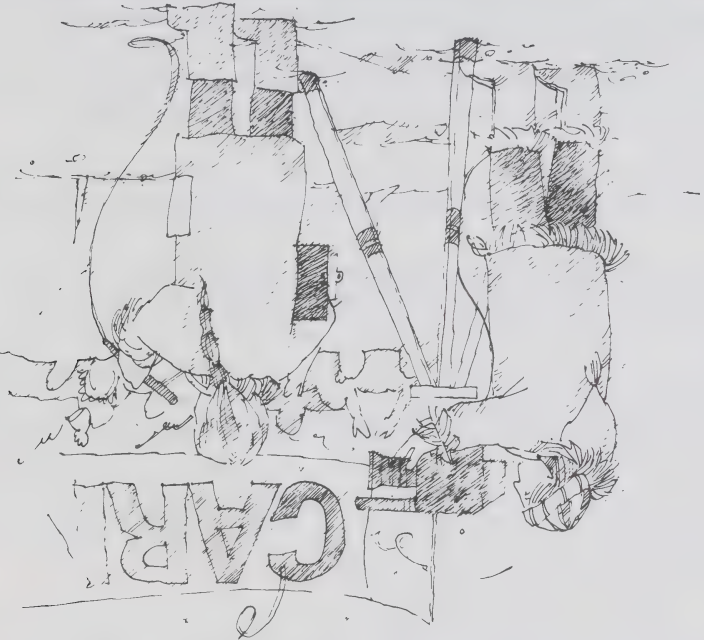
Cette section traite de deux grands domaines de compétence : les responsabilités du titulaire de licence et celles de la collectivité.

La mise en valeur et le succès du canal communautaire dépendent d'un véritable partage des responsabilités entre le titulaire et la collectivité, et de leurs efforts solidaires. La collaboration entre les deux est essentielle.

- des groupes sportifs amateurs de la localité intéressés au reportage télévisé d'entrées d'athlètes et d'entraîneurs, de campagnes de souscription et de cueillette de fonds

- des groupes ethniques et multiculturels
- des groupes artistiques et culturels comme la société de théâtre de l'endroit, des chorales, etc.

Cette liste est loin d'être exhaustive, mais elle devrait en général comprendre un échantillon représentatif de la collectivité, de sa population, de ses problèmes et réalisations.



Tout comme les autres médias, la télévision communautaire est en mesure de sensibiliser les citoyens aux conditions sociales qui existent dans leur collectivité. Les émissions qui se penchent sur les problèmes des personnes âgées, les droits des locataires et l'alcoolisme ou la toxicomanie peuvent constituer une tribune permettant aux gens de communiquer entre eux et de mieux se comprendre.

Il ne faut cependant pas oublier que la simple réalisation d'une émission de télévision ne règlera pas les problèmes de tous les groupes. Elle pourrait au contraire en engendrer d'autres. Les faits ont bien montré que, dans certains cas, il aurait été plus utile que les employés et les bénévoles consacrent leur temps à d'autres projets. La réussite relative ou l'échec de chaque



- le partage d'émissions pertinentes entre collectivités.

En outre, il doit s'agir d'un service qui :

- est simple et direct
- ne se fonde pas sur la télévision traditionnelle et, donc, ne cherche pas à avoir un fini professionnel
- ne vise pas à obtenir un vaste auditoire
- doit être axé sur le processus de réalisation lui-même, car l'expérience de la réalisation d'une émission peut parfois être aussi importante que le produit final
- est financé à partir des droits d'abonnement, de dons, d'octrois ou de campagnes de cueillette de fonds et, souvent, il peut s'agir d'un service non commercial\*
- est gratuit. Les usagers ont accès au canal et à son équipement sans frais et les participants ne sont pas rémunérés.

Compte tenu du but fondamental de la télévision communautaire, il va sans dire que ses utilisateurs sont :

- toute personne qui veut faire passer un message ou donner son point de vue
- les organismes philanthropiques aux objectifs clairement définis, comme les clubs Lions, Kiwanis, Richelieu
- les groupes d'intérêt particulier tels que les citoyens de l'âge d'or, les groupements féminins
- les groupes quasi-politiques comme les associations de locataires, les syndicats de cultivateurs
- les organisateurs de rencontres politiques traditionnelles au sein des circonscriptions, de campagnes de souscription, de réunions de candidats

\* Les télédiffuseurs titulaires de licence ne peuvent accepter de passer des messages publicitaires ni vendre du temps d'antenne sur le canal communautaire. Les stations communautaires de télévision en direct, pour leur part, peuvent se livrer à certaines activités commerciales.



Le but de la politique est de fournir aux communautés un service nouveau et important, qui n'existe pas dans les régions desservies par les systèmes de télévision par câble, et dont les titulaires ont la responsabilité et les moyens techniques. Tout comme une licence de radiodiffusion comporte des obligations sociales immédiates, ainsi le canal communautaire doit-il devenir une obligation sociale élémentaire du titulaire de licence de télévision par câble.

La télévision communautaire est peut-être issue de la télédistri-bution, mais elle ne se limite pas aux collectivités desservies par ce genre de système. Bon nombre de collectivités utilisent des émetteurs en direct à faible puissance pour diffuser des signaux. Les signaux reçus par satellite et les émissions locales peuvent être distribués de cette façon.

La télévision communautaire a fait des progrès considérables depuis les premiers jours de la télédistribution. Le matériel est fiable, compact et bon marché. Cependant, la pierre angulaire de la télévision communautaire n'a pas changé. La participation des citoyens en demeure toujours l'élément essentiel. Sans cet apport, le canal n'existerait pas. La station de télévision n'appartient pas à une seule personne mais à tout le monde. Il s'agit là de la différence fondamentale entre la télévision communautaire et la télévision traditionnelle.

Les faits ont bien montré que la télévision communautaire peut réaliser les idéaux suivants, en tout ou en partie, car elle permet :

- la participation des citoyens comme bénévoles, membres de comités consultatifs, réalisateurs communautaires
- un échange dans les deux sens où quiconque peut commenter une émission, soulever la controverse sur un sujet ou donner son avis sur toute question d'intérêt local
- la communication par tout membre de la collectivité de ses idées sur des émissions à réaliser ou sur les événements à couvrir

l'étude et la discussion de questions d'intérêt local

- le reportage d'activités locales comme les réunions du conseil municipal, les services religieux, les parades, les réunions de candidats, les rencontres sportives, les ralliements

## Qu'est-ce que la télévision communautaire ?

La plupart des collectivités mal desservies et celles du Nord se sentent isolées du reste de la société. Les satellites sont en mesure de réduire ce sentiment d'isolement en permettant la diffusion d'une vaste gamme de services de télévision et en surmontant ainsi les barrières géographiques.

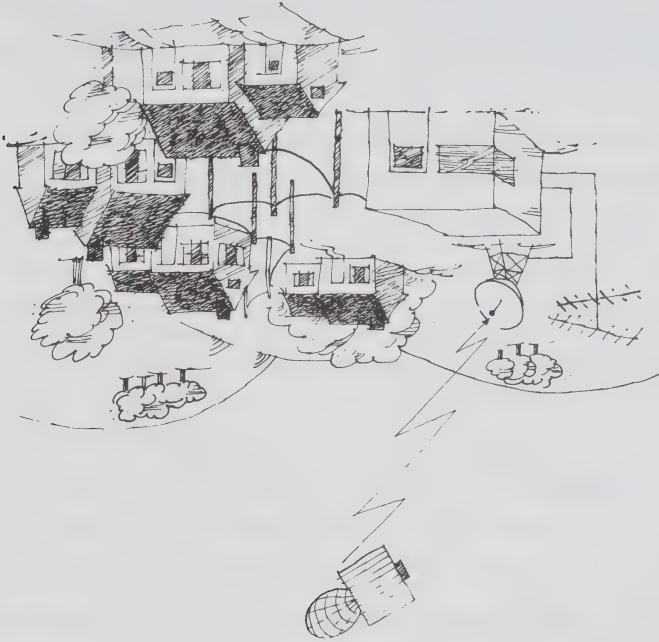
La télévision communautaire vise à équilibrer ces services et à en augmenter le nombre en servant de véhicule d'expression des intérêts et préoccupations des citoyens, en groupe ou individuellement, et de structure bien adaptée à la collectivité et à ses besoins, plutôt qu'à créer un nouveau service dans le seul but de divertir.

Peut-être serait-il bon de s'arrêter un instant sur le sens du mot "collectivité". Une collectivité peut se définir comme un lieu délimité comprenant un certain nombre de citoyens, de foyers et de commerces. Une collectivité peut procéder d'un intérêt commun comme dans le cas de la communauté ukrainienne, des groupes de citoyens de l'âge d'or, etc. Une collectivité peut aussi désigner un sentiment collectif ou un sens d'appartenance. La plupart des gens se sentent bien et en sécurité au sein de leur collectivité, comme s'il s'agissait d'une extension de leur foyer. C'est ainsi que la télévision communautaire peut renforcer ce sentiment d'appartenance à la collectivité.

La télévision communautaire a pris naissance avec les premiers télédiffuseurs. Ces pionniers étaient désireux d'augmenter le nombre des services aux abonnés. Leurs premiers essais ont pris la forme de reportages sur des services religieux, des parades, des rencontres sportives d'amateurs, etc. Les membres de la collectivité furent enchantés ! Ils étaient ravis de voir au petit écran leurs amis, des membres de leur parenté et leurs voisins.

En 1968, le Parlement promulgua une nouvelle Loi sur la radiodiffusion donnant naissance au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. La télédiffusion relevait dorénavant du C.R.T.C. qui était chargé de la réglementation générale du système de radiodiffusion. Le Conseil a demandé aux sociétés de télédiffusion d'aller bien au-delà de leur fonction de distribution et d'augmenter leur apport à la radiodiffusion, sous forme d'un canal communautaire. L'extrait suivant de la Politique de 1975 du Conseil relative aux entreprises de réception de radiodiffusion résume bien les motifs qui ont présidé à la mise sur pied du canal communautaire :

Il est à remarquer que la pénurie de fréquences disponibles pour la diffusion en direct fait de la télédistribution la méthode préférée de transmission des signaux. Puisque Cancom est maintenant habilitée à distribuer les signaux des quatre réseaux américains en plus de ceux de ses quatre services canadiens, bon nombre de compagnies affiliées à Cancom ont opté pour la télé-distribution. La venue de la télévision payante et l'addition prochaine de services d'émissions spécialisées montrent bien que le nombre de services offerts continuera d'augmenter.



Pour obtenir des précisions sur la façon de mettre sur pied un système local de télévision, il serait bon de consulter une brochure préparée par le ministère des Communications intitulée Distribution dans les collectivités éloignées de la programmation relayée par satellite que l'on peut se procurer au bureau régional de Communications Canada le plus près (voir l'annexe C). Il est aussi recommandé de lire la décision C.R.T.C. 81-252, qui explique les motifs et les modalités de la licence du réseau Cancom, ainsi que la décision 83-126 et l'avis 83-86 portant sur la distribution par Cancom des signaux des réseaux américains. On peut en obtenir des exemplaires aux bureaux régionaux du C.R.T.C. (voir l'annexe B).



Comme les satellites transmettent des signaux de télévision à un nombre croissant de collectivités, il est logique que ces dernières aient l'occasion de réaliser leurs propres émissions locales. Idéalement, il devrait y avoir équilibre entre les services de télévision étrangers, nationaux, régionaux et locaux.

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (C.R.T.C.) est depuis longtemps préoccupé par la pénurie de services de radiodiffusion dans le Nord et dans les localités isolées. Les satellites ont aidé à améliorer cette situation, mais il demeure que les émissions locales ne sont pas encore assez nombreuses. Les autochtones ont répété à maintes reprises qu'il leur fallait des émissions locales dans chaque collectivité recevant déjà des signaux du Sud. Le C.R.T.C. en convient et favorise une expansion encore plus poussée de la télévision communautaire dans les collectivités isolées et dans celles du Nord.

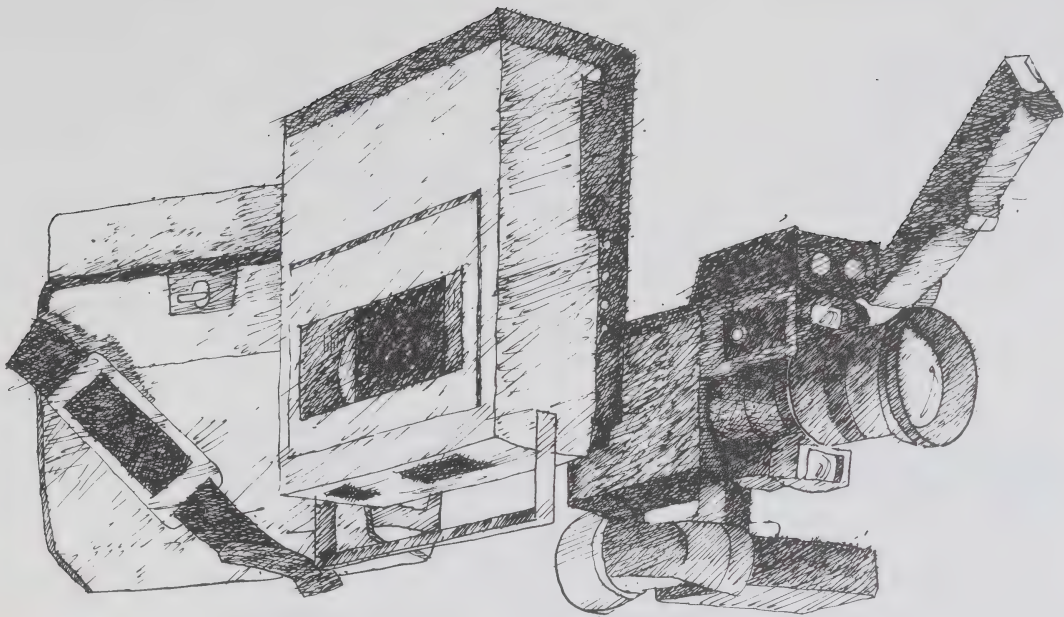
Le 24 juillet 1980, le Comité Thérien déposait son rapport sur l'extension des services de radiodiffusion aux collectivités mal desservies et à celles du Nord. Suite aux recommandations contenues dans ce rapport, le Conseil a tenu des audiences publiques qui ont finalement donné lieu à l'octroi aux Communications par satellite canadien Inc. (Cancom) d'une licence de distribution de quatre services canadiens de télévision et d'un éventail de signaux radiophoniques transmis par satellite. Le 8 mars 1982, le Conseil habilitait Cancom à ajouter à ses services les signaux des quatre réseaux américains, soit ABC, NBC, CBS et PBS. Depuis, le C.R.T.C. a délivré nombre de licences aux diffuseurs locaux (compagnies affiliées) du service Cancom. La diffusion locale des signaux se fait soit par télédistribution, soit en direct au moyen d'émetteurs de radiodiffusion à faible puissance. Dans un cas comme dans l'autre, ces systèmes peuvent aisément servir à la distribution d'émissions locales.

Ce guide a été conçu pour fournir aux municipalités, aux groupes de citoyens et aux titulaires Cancom éventuels ou actuels les renseignements de base requis pour la mise en oeuvre d'un service de télévision communautaire. Si la collectivité ou le titulaire choisit la télédistribution comme mode de diffusion, il lui faudra alors absolument réserver un canal pour les émissions communautaires conformément au Règlement sur la télévision par câble. Si, par contre, elle opte pour des émetteurs en direct à faible puissance, elle ne sera pas tenue de procéder ainsi, mais le Conseil incite les titulaires à faire une demande de licence distincte pour l'exploitation d'un service de télévision communautaire.



Depuis sa création, il y a de cela à peine trente ans, la télévision au Canada est passée d'un système principalement axé sur les grands centres urbains à un réseau de grande portée et d'envergure capable de desservir les villages les plus éloignés du Grand Nord. Les satellites ont fait sauter les barrières érigées par les montagnes, la distance et "l'économie d'échelle", de sorte qu'il est maintenant possible de recevoir et de distribuer, à peu de frais, plusieurs signaux aux collectivités les plus restreintes.

Cette même période a été témoin non seulement de l'évolution des modes de transmission des signaux de télévision, mais aussi d'autres progrès techniques en ce qui a trait au matériel et aux procédés de réalisation télévisuelle. La bande magnétoscopique a changé la perception que l'on avait de la réalisation et du filimage d'émissions. Les nouvelles caméras portatives ont facilité au réalisateur le tournage sur place. L'invention du vidéo portatif économique vers la fin des années 1960 a radicalement transformé l'attitude de la société face à la télévision. Tout le monde pouvait dorénavant filmer et monter sa propre émission de télévision ; c'était un peu comme faire un film maison. Aujourd'hui, grâce aux magnétoscopes à cassettes et aux petites caméras couleur toute personne qui peut pointer une caméra peut devenir réalisateur.

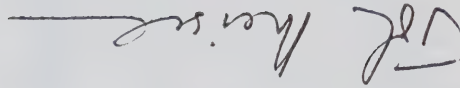


Ces dernières années, bon nombre de groupes et d'associations se sont vu accorder des licences pour offrir de nouveaux services de radiodiffusion aux localités isolées et à celles du Nord. Plusieurs de ces titulaires prévoient présenter aussi des émissions communautaires et le Conseil les y incite. Ce guide a donc été conçu pour servir de support et d'outil de référence tant aux titulaires actuels qu'aux membres de la collectivité désireux de mettre sur pied leur propre entreprise de télévision locale, que la transmission se fasse en direct ou par télédiffusion (aussi appelée télévision par câble). Les titulaires éventuels devraient tenir compte du fait que la méthode d'acheminement des signaux du satellite au câble est à la fine pointe des nouvelles techniques de prestation d'émissions et que la télédiffusion est supérieure à la transmission par émetteurs en direct à faible puissance en raison de sa capacité de diffusion du nombre croissant des services de satellite.

Cette publication traite des avantages d'ordre social qu'offre la télévision communautaire et décrit le processus en termes simples pour être bien compris des néophytes. Elle cherche aussi à mieux faire saisir jusqu'à quel point la télévision locale peut profiter aux collectivités qui ne jouissent pas de tous les services disponibles.

Ce guide brosse un tableau global de ce qui s'est fait et de ce qui se passe encore sur la scène de la télévision communautaire. Il ne vise aucunement à communiquer la politique du Conseil. Il veut plutôt donner suite à la position du C.R.T.C. qui a toujours consisté à appuyer toutes les formes d'expression communautaire en radiodiffusion et à inciter la collectivité à s'exprimer librement et à sa façon.

Le Président



John Meisel



Page	
1	Avant-propos
2	Introduction
5	Qu'est-ce que la télévision communautaire ?
9	Qui mène la partie ?
10	Responsabilités du titulaire
11	Responsabilités de la collectivité
12	Organismes sans but lucratif
14	Comités consultatifs de citoyens
15	Canal à services multiples
16	Comment obtenir la participation de votre collectivité
21	Contribution des bénévoles
23	Matériel : frais et exploitation
24	Magnétoscopes
24	Caméras
26	Éclairage
26	Sonorisation
27	Montage
27	Matériel connexe
	Annexes
31	A Matériel
35	B Bureaux du C.R.T.C.
36	C Bureaux de Communications Canada



1983-1984  
1983-1984  
1983-1984  
1983-1984  
1983-1984

1983-1984  
1983-1984  
1983-1984

COMMUNIQUE  
TELEVISION  
CODE DE TV

# GUIDE DE LA TELEVISION COMMUNAUTAIRE

à l'intention des  
collectivités isolées  
et de celles du Nord

Patrick Tourigny  
Direction de l'analyse de la  
programmation  
C.R.T.C.  
Juillet 1983



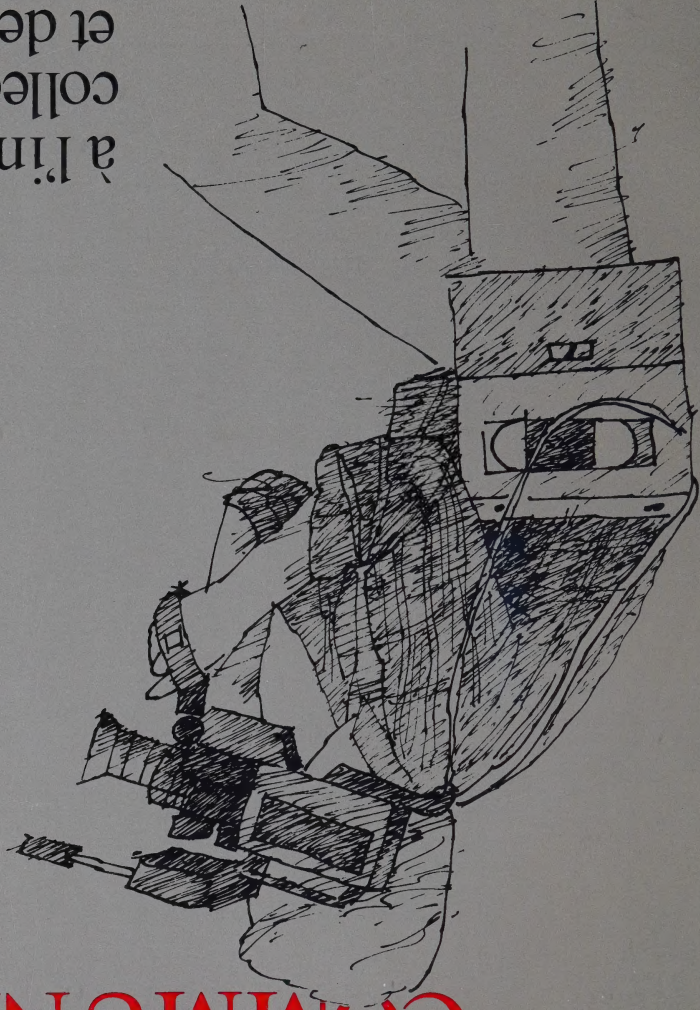
ANNEE MONDIALE DES  
COMMUNICATIONS  
WORLD COMMUNICATIONS  
YEAR  
AÑO MUNDIAL DE LAS  
COMUNICACIONES  
1983





# GUIDÉ DE LA TELEVISION COMMUNAUTAIRE

Conseil de la radiodiffusion et des  
Canadian Radio-television and  
Telecommunications Commission



à l'intention des  
collectivités isolées  
et de celles du Nord

Canada